

Solga, Heike [Hrsg.]; Huschka, Denis [Hrsg.]; Eilsberger, Patricia [Hrsg.]; Wagner, Gert G. [Hrsg.]  
**GeisteswissenschaftlerInnen: kompetent, kreativ, motiviert - und doch chancenlos? Ergebnisse des Expertisenwettbewerbs "Arts and Figures - GeisteswissenschaftlerInnen im Beruf". Band II**

Opladen ; Farmington Hills, Mich. : Budrich UniPress 2009, 144 S.



Quellenangabe/ Reference:

Solga, Heike [Hrsg.]; Huschka, Denis [Hrsg.]; Eilsberger, Patricia [Hrsg.]; Wagner, Gert G. [Hrsg.]:  
GeisteswissenschaftlerInnen: kompetent, kreativ, motiviert - und doch chancenlos? Ergebnisse des  
Expertisenwettbewerbs "Arts and Figures - GeisteswissenschaftlerInnen im Beruf". Band II. Opladen ;  
Farmington Hills, Mich. : Budrich UniPress 2009, 144 S. - URN: urn:nbn:de:0111-opus-35573 - DOI:  
10.25656/01:3557

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-35573>

<https://doi.org/10.25656/01:3557>

in Kooperation mit / in cooperation with:



#### Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/deed> - Sie dürfen das  
Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten  
und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des  
Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses  
Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet  
werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise  
verändert werden.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die  
Nutzungsbedingungen an.

#### Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/deed.en> - You may copy,  
distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you  
attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are  
not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not  
allowed to alter, transform, or change this work in any other way.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of  
use.



#### Kontakt / Contact:

**peDOCS**  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Heike Solga, Denis Huschka, Patricia Eilsberger,  
Gert G. Wagner (Hrsg.)

# GeisteswissenschaftlerInnen: kompetent, kreativ, motiviert – und doch chancenlos?

Ergebnisse des Expertisenwettbewerbs „Arts and Figures –  
GeisteswissenschaftlerInnen im Beruf“, Band II

Ergebnisse des Expertisenwettbewerbs  
„Arts and Figures – GeisteswissenschaftlerInnen  
im Beruf“

Band II

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

Der dieser Veröffentlichung zugrunde liegende Wettbewerb wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 07SWFGS gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den HerausgeberInnen.

Heike Solga, Denis Huschka, Patricia  
Eilsberger, Gert G. Wagner (Hrsg.)

GeisteswissenschaftlerInnen:  
kompetent, kreativ, motiviert – und  
doch chancenlos?

Budrich UniPress Ltd.  
Opladen & Farmington Hills 2009

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen  
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Dieses Werk ist bei Budrich UniPress erschienen und steht unter folgender Creative  
Commons Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>  
Verbreitung, Speicherung und Vervielfältigung erlaubt, kommerzielle Nutzung und  
Veränderung nur mit Genehmigung des Verlags Budrich UniPress.



Dieses Buch steht im OpenAccess Bereich der Verlagsseite zum kostenlosen  
Download bereit (<http://dx.doi.org/10.3224/94075513>)  
Eine kostenpflichtige Druckversion (Printing on Demand) kann über den Verlag  
bezogen werden. Die Seitenzahlen in der Druck- und Onlineversion sind identisch.

**ISBN 978-3-940755-13-1**  
**DOI 10.3224/94075513**

Umschlaggestaltung: disegno visuelle kommunikation, Wuppertal – [www.disenjo.de](http://www.disenjo.de)  
Verlag Budrich UniPress Ltd.  
<http://www.budrich-unipress.de>

## Inhalt

<i>Bundesministerin Dr. Annette Schavan</i> Grußwort	7
<i>Heike Solga, Denis Huschka, Patricia Eilsberger, Gert G. Wagner</i> Einleitung	9
<i>Carsten Zorn</i> Von einem bemerkenswerten Sozialexperiment ‚zwischen den Reformen‘. Zwei Jahrzehnte geisteswissenschaftliche Bildung als Ausbildung aus gesellschaftstheoretischer Sicht	13
<i>Gunhild Berg</i> Berufseinstieg und Karriereplanung für GeisteswissenschaftlerInnen. Eine Trendanalyse der Ratgeberliteratur	43
<i>Sonja Kastner, Christine Vaih-Baur</i> Die One-Woman-Show – Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Praxis	69
<i>Alexandra Manske, Janet Merkel</i> Kreative in Berlin – GeisteswissenschaftlerInnen in der Kultur- und Kreativwirtschaft	95
<i>Edith Pichler, Grazia Prontera</i> GeisteswissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund in Beruf und Arbeitsmarkt am Beispiel des wissenschaftlichen Standorts Berlin	119
Verzeichnis der AutorInnen	141



## Grußwort

Die Zahl der Studierenden zeigt, wie beliebt die Geisteswissenschaften in Deutschland sind. Sie sind gleichzeitig auch international hoch anerkannt und gehören zu den Wissenschaftsbereichen, die international Ausweis der Kultur- und Forschungsnation Deutschland sind. Mit der Konferenz „Arts and Figures“ wurden im Wissenschaftsjahr 2007, dem Jahr der Geisteswissenschaften, die berufliche Situation und Perspektive von Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftlern in den Blick genommen. Wissenschaftler und Lehrende aus den Geistes- und Kulturwissenschaften, aber auch Sozialforscher, Journalisten und Mitarbeiter von Wirtschaftsunternehmen stellten Überlegungen zur Lage der Geisteswissenschaften insgesamt und der Absolventinnen und Absolventen am Arbeitsmarkt an.

Obwohl die Berufsorientierung in den Geisteswissenschaften im Vergleich zu anderen Absolventengruppen eher schwierig ist, ist außerordentlich bemerkenswert, mit welchem Mut und Einfallsreichtum die Geisteswissenschaftler ihren beruflichen Weg suchen und finden. Dabei gehen sie auch gewisse Risiken ein. Mit 16 Prozent ist die Selbständigenquote bei Geisteswissenschaftlern im Vergleich zu anderen Absolventen insgesamt deutlich höher.

Parallel zur Konferenz fand mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung ein Expertenwettbewerb für Nachwuchswissenschaftler statt, in dem diese ihre Erfahrungen bei der Berufsorientierung und -ausübung, vor allem aber neue Ideen und Möglichkeiten für ihre berufliche Tätigkeit darstellen konnten. Mit 65 eingereichten Expertisenvorschlägen traf der Wettbewerb auf eine große Resonanz.

Die ausgewählten und in zwei Bänden veröffentlichten 12 Expertisen geben eine aktuelle Situationsanalyse der Berufsperspektive von Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftlern und zeigen innovative Lösungsmöglichkeiten auf. Dadurch gelingt es ihnen, ein aktuelles Situations- und Stimmungsbild ihrer beruflichen Orientierung zu zeichnen.

Dr. Annette Schavan, MdB  
Bundesministerin für Bildung und Forschung





## Einleitung

*Heike Solga, Denis Huschka, Patricia Eilsberger, Gert G. Wagner*

Der vorliegende Band widmet sich den beruflichen Zukunftsaussichten von AbsolventInnen geisteswissenschaftlicher Disziplinen. Im Hinblick auf die eher diffusen beruflichen Tätigkeitsfelder, die GeisteswissenschaftlerInnen nach Erhalt ihres Abschlusses erwarten, nimmt diese Gruppe der AkademikerInnen eine besondere Stellung ein. Die Berufsperspektiven sind weniger konkret und unterliegen im Vergleich zu HochschulabsolventInnen anderer Fachrichtungen stärker den Schwankungen der Nachfrage des Arbeitsmarktes. Gesucht sind „Allrounder“ oder auch „Generalisten“, deren Kompetenzportfolios flexibel den Anforderungen der künftigen Arbeitgeber genügen müssen.

Die aktuelle Bestandsaufnahme im ersten Teil des Bandes „Findigkeit in unsicheren Zeiten“ zeigt, dass GeisteswissenschaftlerInnen vergleichsweise häufiger nach ihrem Abschluss mit der Arbeitslosigkeit konfrontiert werden, weniger verdienen und damit von arbeitsmarktstrukturellen Benachteiligungen betroffen sind.

Vor dem Hintergrund der häufig zu beobachtenden Diskrepanzen zwischen erworbenen und aktuell am Arbeitsmarkt geforderten Kompetenzen widmen sich die AutorInnen der nachfolgenden Beiträge in diesem zweiten Band den Fragen nach Fähigkeiten und Fertigkeiten von BerufseinsteigerInnen mit geisteswissenschaftlichem Hintergrund, der Einflussnahme universitärer Ausbildung auf künftige Jobchancen und nicht zuletzt der Frage nach konkreten Berufsaussichten. Der Band versteht sich als Fortsetzung des umfangreichen Einblicks über die berufliche Situation von GeisteswissenschaftlerInnen, der im Rahmen des Expertisenwettbewerbs „Arts and Figures – GeisteswissenschaftlerInnen im Beruf“ als erster Teil unter dem Titel „Findigkeit in unsicheren Zeiten“ erschienen ist.

Dass sich die Anforderungen an AbsolventInnen geisteswissenschaftlicher Disziplinen in Zeiten wachsender Ungewissheit am Arbeitsmarkt immer schwerer prognostizieren lassen, ist ein zentraler Ausgangspunkt des Beitra-

ges „Von einem bemerkenswerten Sozialexperiment ‚zwischen den Reformen‘. Zwei Jahrzehnte geisteswissenschaftliche Bildung als Ausbildung aus gesellschaftstheoretischer Sicht“ von Carsten Zorn. Innerhalb seiner Auseinandersetzung mit den Problemlagen des modernen Erziehungssystems nimmt der Autor insbesondere dessen qualifizierende Funktion für Lebensläufe und Karrieren in den Blick. Es wird gezeigt, auf welche gesellschaftlichen und arbeitsmarktpolitischen Veränderungen der Hochschulreformprozess reagiert und welche Problemlösungen „Bildung durch Wissenschaft“, durch die geisteswissenschaftliche (Aus-)Bildung bis zuletzt vor allem gekennzeichnet war, innerhalb der Diskussion über eine verstärkte Praxisorientierung in den letzten 20 Jahren angeboten hat.

Eine Bilanzierung der vergangenen 20 Jahre wird ebenfalls von Gunhild Berg in ihrem Aufsatz „Berufseinstieg und Karriereplanung für GeisteswissenschaftlerInnen. Eine Trendanalyse der Ratgeberliteratur“ vorgenommen. Dabei stellt sie unter anderem fest, dass Berufsratgeber inhaltlich auf die veränderten Anforderungen an die AbsolventInnen reagieren und trotz heterogener Empfehlungen an der Entwicklung neuer Ideen für berufliche Perspektiven beteiligt sind. Ein Ergebnis ihrer zeitlichen Analyse lautet, dass mit wachsender Aktualität diese Ratgeber eher zu Weiterbildungen und Quereinstiegen anraten und weniger konkrete Berufsperspektiven aufzeigen. Praktika dienen vermehrt der persönlichen Bindung an ein Unternehmen, als des Erwerbs von fachbezogener Qualifikation. Obgleich die Autorin grundsätzlich eine optimistische Nuancierung feststellt, werden die jüngeren Ratgeber kritischer, die Fallbeispiele für gelungene Einstiege individueller und somit weniger übertragbar.

Einen chancenreichen Einstieg für Geisteswissenschaftlerinnen sehen Christina Vaih-Baur und Sonja Kastner im Rahmen einer Tätigkeit als PR-Beraterin in Unternehmen und Agenturen. Für ihren Beitrag „Die One-Woman-Show – Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Praxis“ wurden 30 Frauen mit entsprechendem akademischen Hintergrund über vorbereitende studienbegleitende Maßnahmen, den Einstieg nach dem Studium und auch hinsichtlich ihres beruflichen Alltages in diesem Berufsfeld von den Autorinnen befragt. Im Ergebnis stellen sie ferner fest, dass spezielle PR-Kenntnisse eher selten im Studium vermittelt wurden; die befragten Frauen fühlten sich nach Erhalt ihres Abschlusses vielmehr als „Generalistinnen“. Neben gestalterischen und kreativen Kompetenzen, die im Bereich Öffentlichkeitsarbeit

benötigt werden, sehen sich PR-Beraterinnen auch mit der Vermarktung ihrer Leistungen konfrontiert, worin die Befragten eher wenig Erfahrung aufweisen. An diesem Berufsfeld Interessierte sollten sich, so lautet die Empfehlung der Autorinnen, bereits frühzeitig zielgerichtet (und insbesondere innerhalb ihrer Erwerbs- und Bildungsbiographie erkennbar) auf die PR-Tätigkeit vorbereiten indem sie ihre Qualifikationen optimieren, die während des Studiums entwickelt wurden.

Auch der Beitrag „Kreative in Berlin – GeisteswissenschaftlerInnen in der Kultur und Kreativwirtschaft“ von Alexandra Manske und Janet Merkel fokussiert sich auf eine spezielle Zielgruppe. Obgleich GeisteswissenschaftlerInnen in diesem Arbeitsmarktsegment stark vertreten sind, liegen gesicherte Erkenntnisse über die strukturelle Beschaffenheit dieses Tätigkeitsfeldes bislang kaum vor. Die Studie der Autorinnen widmet sich beispielsweise der Fragestellung, welchen Stellenwert die Kreativwirtschaft in der so genannten Dienstleistungsökonomie einnimmt, wie sich GeisteswissenschaftlerInnen in dieser Nische positionieren und nicht zuletzt mit welchen Risiken und Chancen sie sich konfrontiert sehen. Im Ergebnis kritisieren die Autorinnen unter anderem die Einteilung kreativer Berufe nach den üblichen Klassifikationen der Wirtschaftszweige und plädieren für eine differenzierte wissenschaftliche Auseinandersetzung, die neben der wirtschaftspolitischen Euphorie den ökonomischen Druck auf dieses Erwerbsfeld einbezieht.

Im Beitrag „Geisteswissenschaftlerinnen mit Migrationshintergrund in Beruf und Arbeitsmarkt am Beispiel des wissenschaftlichen Standorts Berlin“ nehmen die Autorinnen Edith Pichler und Grazia Prontera die Hauptstadt als Hochschulstandort in den Blick. Sie entwickeln auf der Basis von Konzepten zu insbesondere kulturellem Kapital die Fragestellung, ob sich Segregations-tendenzen bei universitären MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund im Wissenschaftsbetrieb beobachten lassen. Im Ergebnis stellen sie fest, dass zunächst der Begriff „Migrationshintergrund“ uneinheitlich interpretiert und ferner ungleich subjektiv wahrgenommen und „gefühl“ wird. Trotzdem beobachten die Autorinnen, dass WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund vermehrt in Bereichen tätig sind, die ihre spezifischen kulturellen und sprachlichen Kompetenzen erfordern.

Aufgrund der vielfältigen Blickwinkel, die innerhalb der vorliegenden Beiträge zum Schwerpunkt „GeisteswissenschaftlerInnen und Berufsaussichten“ eingenommen werden, richtet sich dieser Band sowohl an AbsolventIn-

nen dieser Disziplin, als auch an ForscherInnen mit berufssoziologischen Fragestellungen, die sich einen Überblick über die aktuelle Bestandsaufnahme verschaffen möchten.

Die HerausgeberInnen danken allen beteiligten Akteuren bei der Durchführung des Expertisenwettbewerbs sowie der Erstellung dieses Buches. Stellvertretend für Letzteres seien Claudia Oellers von der Geschäftsstelle des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten für die engagierte organisatorische Unterstützung und Susanne Kappler von der Universität München für das akribische Lektorat genannt.

# Von einem bemerkenswerten Sozialexperiment ,zwischen den Reformen'. Zwei Jahrzehnte geisteswissenschaftliche Bildung als Ausbildung aus gesellschaftstheoretischer Sicht

Carsten Zorn

*Es müsste folglich eine Pädagogik geben, die  
den zu erziehenden Nachwuchs auf eine un-  
bekannt bleibende Zukunft einstellt.*

Luhmann 2002: 198

## I. Der Ausgangspunkt: ‚Bildung als Ausbildung‘ versus ‚Praxisbezug‘

### 1.

Es besteht heute kein Zweifel mehr darüber, dass die deutsche Hochschul-  
landschaft sich durch den laufenden Hochschulreformprozess<sup>1</sup> weit grundle-  
gender verändern wird als durch alle Reformen der Vergangenheit, mindes-  
tens seit Bestehen der Bundesrepublik. Deutlich umstrittener sind dagegen  
noch immer die Einschätzung und Bewertung nicht nur des gesamten Prozes-  
ses, sondern auch vieler einzelner Änderungen, vieler bereits absehbarer und  
erst recht natürlich aller langfristig zu erwartenden Folgen. Die vorliegende  
Untersuchung versteht sich in diesem Zusammenhang als ein Beitrag zur ge-

---

1 Genauer: in Folge der Implementierung und Umsetzung aller Änderungen und Neue-  
rungen, die eine lange Reihe von seit 1998 beschlossenen Novellen des deutschen  
Hochschulrahmengesetzes vorsehen – und in denen Deutschland sich nicht zuletzt zur  
Umsetzung des so genannten Bologna-Prozesses verpflichtet hat (vgl. für eine voll-  
ständige Zusammenstellung aller einschlägigen Gesetzesnovellen Kühler 2006:  
178ff.).

naueren Eingrenzung der – gerade auf lange Sicht – problematischsten Neuerungen.

Für den geradezu epochalen Charakter des aktuellen Reformprozesses spricht nicht nur, dass in seinem Zuge viele bislang weitgehend unverändert gebliebene Strukturmomente nun erstmals durch grundlegend andere ersetzt (oder ergänzt) werden.<sup>2</sup> Dazu gehört auch, dass sich mit diesen Reformen in gewissem Sinne die Geschichte der bislang umfassendsten Reformen – jener der 1960er und 1970er Jahre – in Teilen noch einmal zu wiederholen droht: Das von den neuen Bachelor-Studiengängen ausgehende Versprechen, in bislang ungekannt kurzer Frist einen akademischen Abschluss erwerben zu können, könnte auf demselben Feld für nochmals signifikante Steigerungen sorgen, auf dem auch die damaligen Reformen schon sich am Ende vor allem anderen als folgenreich erwiesen: auf dem Feld der *Studierendenzahlen* (wie auch jetzt schon manche Zahlen nahe legen, vgl. etwa Hochschulrektorenkonferenz 2006: 16).

Einer der wahrscheinlich gravierendsten Einwände von Reformkritikern setzt dann auch an dieser Stelle an: „Der wissenschaftspolitische Sinn des Bakkalaureats, der es für viele Bildungsminister so attraktiv erscheinen lässt, liegt auf der Hand: Verkürzung der Studienzeit und Hebung der Akademi-kerquote“ (Liessmann 2006: 106).

Nun scheint dies für sich genommen zunächst alles andere als problematisch zu sein, nimmt man aber die strukturellen Vorgaben für die Bachelor-Studiengänge hinzu, so dürfte es den Universitäten, wie der Autor weiter argumentiert, künftig allein noch zwei Alternativen lassen:

„Entweder nehmen die Universitäten diesen Auftrag ernst und werden in erster Linie zu Anbietern von wirtschaftsnahen und praxisorientierten Kurzstudien, die entsprechend [...] normiert und verschult sein werden – was mittelfristig aus Universitäten Fachhochschulen werden lässt; oder die Universitäten machen nur der Form nach mit und entlassen schlecht qualifizierte Beinaheakademiker als Graduierte auf einen Arbeitsmarkt, der bald erkennen wird, wes Geistes Kinder sich da tummeln.“ (ebd.: 106f.)

---

2 Wie die Habilitation durch den *tenure track*, unbefristete durch *befristete* und *leistungsabhängig entlohnte* Professorenstellen, Professuren durch Juniorprofessuren, die C- durch die W-Besoldung, eine vielfältig *differenzierte* durch eine europaweit *standardisierte* Bewertung von Studienleistungen, *Lehrfreiheit* durch *Evaluation* der Lehre usw.

Warum die aktuellen Reformen vor allem anderen eine so einschneidende historische Zäsur bedeuten, tritt hier sozusagen nur auf Umwegen, aber gleichwohl geradezu emblematisch zu Tage. Vor allem nämlich greifen die aktuellen Reformen nun auch erstmals explizit in jene Kernbestände der humboldtschen Universitätskonzeption ein, die alle vorausgehenden Reformen noch unberührt gelassen hatten – und obwohl diese allgemeine Stoßrichtung<sup>3</sup> in dem skizzierten Effekt der Reformen allenfalls mittelbar (und so also wohl auch gar nicht gewollt) zum Ausdruck kommt, so findet sie hier, so könnte man sagen, doch ihre vielleicht präziseste Umsetzung. Dass der aktuelle Reformprozess nun vor allem erstmals auch weit reichende Veränderungen „hinsichtlich der vorherrschenden Konzeption der Bildung durch Wissenschaft mit sich [bringt]“ (Kühler 2006: 406) ist, mit anderen Worten, zum Teil mit Händen zu greifen, zum Teil aber wird dies auch erst durch ein nicht unmittelbar offensichtliches Zusammenwirken vielfältigster Faktoren zum zentralen Effekt dieser Reformen.

Ein Beispiel für den ersten Fall bildet die durch die Reformen explizit festgeschriebene Verpflichtung der künftigen universitären Lehre auf ‚mehr Praxisbezug‘. An dieser Stelle rücken die Reformen wohl am ausdrücklichsten von der traditionellen Konzeption universitärer Bildung ab: von der Vorstellung, dass es *gerade* – formal formuliert – „die scheinbar *nur wissenschaftlich orientierte Arbeit* an der Erweiterung des Wissens sei, die als Nebeneffekt auch optimale Veränderungen an Personen hervorruft“ (Stichweh 1982: 62; Herv. C.Z.). Im gleichen Zuge nämlich soll diese Art der Ausbildung, in der sie bislang konkurrenzlos führend waren, von den Universitäten dann auch noch deutlich ‚hintangestellt‘, nämlich nun im Grunde allein noch für die Ausbildung *von Wissenschaftlern* – und das Master-Studium – reserviert werden.

---

3 Vgl. zu diesem Befund im Einzelnen die Studie von Larissa Kühler (2006), auf die darum hier auch noch wiederholt Bezug genommen wird: Sie untersucht den aktuellen Reformprozess ausdrücklich vor dem Hintergrund der Geschichte des deutschen Hochschulsystems (vgl. insbes. Kühler 2006: 17ff.) und kann so zeigen, dass das allen im Zusammenhang mit dem aktuellen Reformprozess beschlossenen Maßnahmen gemeinsame Spezifikum in einer erstmals signifikanten Abkehr gesehen werden kann von der bislang im Großen und Ganzen kontinuierlichen Orientierung des Systems an der humboldtschen ‚Bildungskonzeption‘ und deren Implikationen.



Seine insoweit offenbar ganz zentrale Bedeutung für die künftige Hochschullandschaft bildet den ersten und wichtigsten Grund dafür, dass dieser ‚Leitbild austausch‘ hier im Folgenden nun mit einigen historisch-gesellschaftstheoretischen Überlegungen konfrontiert werden soll. Es wird, genauer gesagt, gefragt werden, was soziologische Theorie heute über die moderne Gesellschaft und deren Entwicklung weiß, was daraus für die heutigen Aufgaben und Möglichkeiten universitärer Ausbildung folgt – und wie sich die Alternativen ‚Bildung durch Wissenschaft‘ *oder* ‚verstärkter Praxisbezug im Studium‘ vor diesem Hintergrund ausnehmen.

## 2.

Eine vergleichende gesellschaftstheoretische Untersuchung dieser beiden Konzeptionen und Leitbilder universitärer Ausbildung hat nicht zuletzt auch unmittelbare Relevanz für den Gegenstand dieses Bandes: Die Frage nach den beruflichen Chancen und Perspektiven von Geisteswissenschaftlern ist offenbar in ganz besonders enger Weise – und gleich in dreifacher Hinsicht – mit dem Übergang vom einen zum anderen Leitbild verknüpft. So sind, zum Ersten, die Folgen dieses Umbruchs vor allem in den geistes- und sozialwissenschaftlichen Studiengängen spürbar – denn nicht nur war die Lehre traditionell vor allem in diesen Fächern an ‚Bildung durch Wissenschaft‘ orientiert; man konnte diese ‚Konzeption‘ hier auch bis zuletzt noch am ehesten realisiert finden. Zum Zweiten soll dieser Übergang vor allem für Absolventen dieser Studiengänge eine spürbare Verbesserung ihrer beruflichen Chancen bringen. Und zum Dritten schließlich spielten die Geisteswissenschaften (gemeinsam mit den Sozialwissenschaften) gewissermaßen auch in der Vorgeschichte dieses Umbruchs schon ‚die Hauptrolle‘: Auch bei jenen Problemen der deutschen Hochschulausbildung, deren Behebung der aktuelle Reformprozess dienen soll, handelte es sich schon um Schwächen, die man *vor allem* auf Seiten der geistes- und sozialwissenschaftlichen Hochschulstudien ausgemacht hatte: Es waren vor allem die Schwierigkeiten ihrer Absolventen auf dem Arbeitsmarkt, und es waren die langen Studienzeiten, die hohen Abbrecherquoten und das hohe Durchschnittsalter von Absolventen vor allem in *diesen* Studiengängen, die den Gesetzgeber schließlich zu erheblichen Ein-

griffen in die Grundlagen der Hochschulausbildung zu berechtigen schienen. Es war, kurzum, vor allem die in den Augen vieler seit langem katastrophale Bilanz geistes- und sozialwissenschaftlicher Studiengänge, die ihn dazu am Ende sogar – in den Augen weiter Teile von Politik und Öffentlichkeit – geradezu zu verpflichten schien.<sup>4</sup> Wenn heute als die beiden strukturellen Hauptschwächen der deutschen Hochschulausbildung der letzten Jahrzehnte gelten, dass hier a) eine zu „geringe Abstimmung von Angebot und Nachfrage“ (Kühler 2006: 338) geherrscht und sie sich b) als „ungeeignet für Massenbildung“ (ebd.) erwiesen habe – so ist dabei offensichtlich vor allem an die Geistes- und Sozialwissenschaften gedacht.

### 3.

Die vorliegende Studie wird demgegenüber nun Gesichtspunkte entwickeln und bewähren, die eine andere Bilanz der letzten zwanzig Jahre geistes- und sozialwissenschaftlicher Hochschulausbildung nahe legen – und darum dann auch andere Konsequenzen als die, die in Gestalt der laufenden Reformen gezogen wurden. Vereinfacht gesagt geht es darum, den Gesichtspunkt der ‚Effizienz in begrenzten Hinsichten‘ durch den einer zwar deutlich weiter, letztlich aber präziser gefassten und in ihren Voraussetzungen deutlich besser reflektierten ‚Funktionalität‘ zu ersetzen: ‚Bildung durch Wissenschaft‘ und ‚Praxisbezug‘ werden *als alternative Lösungen* auf die komplexe Problemlage bezogen, für die das moderne Erziehungssystem heute adäquate Lösungen finden muss. Die jüngere Geschichte geistes- und sozialwissenschaftlicher Hochschulstudien also soll hier *an dieser Problemlage gemessen* und mithin funktional betrachtet, das heißt, in ihrer Eigenschaft als (bessere oder schlechtere) Lösung beurteilt und bewertet werden – im Hinblick auf, letztlich, ein bestimmtes Problem der modernen Gesellschaft (das das Erziehungssystem *für diese lösen muss*).

---

4 Vgl. für eine Zusammenfassung der entsprechenden, den Reformen vorausgegangenen hochschulpolitischen Debatten etwa das Kapitel „Strukturelle Schwächen der Studienstrukturen“ bei Kühler 2006: 112ff.

Entsprechend wird es zunächst darauf ankommen, die Problemlage des modernen Erziehungssystems (im Kontext der modernen Gesellschaft und ihrer Entwicklung) theoretisch möglichst genau zu bestimmen (Abschnitt IV) – um besser verstehen zu können, welchen Anforderungen Formen der Bildung und Ausbildung genügen müssen, die heute noch für die Erfüllung dieser Funktion in Frage kommen sollen. Aber auch das Verhältnis von ‚Bildung durch Wissenschaft‘ und ‚Praxisbezug‘ zu Anforderungen des heutigen Arbeitsmarktes (und der heutigen Arbeitswelt) wird genauer zu betrachten sein (Abschnitte V und VI). Und es wird die Funktionalität beider Ausbildungsleitbilder angesichts von Gegenwartsdiagnosen wie *Risikogesellschaft* und *Wissensgesellschaft* zu prüfen sein (Abschnitte V und VI). Über den heutigen praktischen Wert ‚klassischer‘, an ‚Bildung durch Wissenschaft‘ orientierter geisteswissenschaftlicher Ausbildung ebenso wie über den von ‚Praxisbezug im Studium‘, und damit auch über beider ‚Zukunftswert‘ sozusagen, lässt sich – so soll auf diese Weise deutlich werden – nur anhand einer sorgfältigen Analyse der gegenwärtigen Gesellschaft urteilen.

## II. Begrifflicher Exkurs: ‚Bildung durch Wissenschaft als Ausbildung‘

Es ist für alles Weitere unverzichtbar, zunächst genauer zu erläutern, in welchem Sinne hier von ‚Bildung durch Wissenschaft‘ die Rede ist – und vor allem von ‚Bildung durch Wissenschaft als Ausbildung‘ als einem, ja dem ‚Konzept‘ (bisheriger) universitärer Ausbildung im Rahmen geisteswissenschaftlicher Studiengänge.

Es ist sicher vor allem die Einsicht in die unhintergehbare Abhängigkeit aller persönlichen Entwicklung von Sozialisation und Erziehung – „*Alles, was uns begegnet, lässt Spuren zurück, alles trägt unmerklich zu unserer Bildung bei*“ (Goethe 1950: 517; Herv. C.Z.) –, die bis heute bei Lesern von Texten des klassischen Bildungsdiskurses des 18. und 19. Jahrhunderts immer wieder für den Eindruck sorgt, mit dieser Epoche „noch immer wie gleichzeitig“ (Gadamer 1965: 7) zu sein. Auch viele der *Konsequenzen* aber, die damals aus dieser Grundeinsicht gezogen wurden, klingen bis heute durchaus vertraut: Wenn es so sehr auf das ankommt, womit wir uns im Lau-

fe unserer Sozialisation und Ausbildung auseinanderzusetzen haben, sollte Erziehung dann nicht alle gleich, so wurde im Anschluss daran vor allem gefragt, mit dem denkbar Besten, Exemplarischsten, Anspruchsvollsten konfrontieren, was Kultur, Geschichte, Literatur und Kunst aufzubieten haben. Die bekannte Fixierung der humanistischen Bildung auf die vermeintlich universelle Vorbildhaftigkeit der griechischen Antike (in allen menschlichen und gesellschaftlichen Belangen: des politischen Denkens, der Ästhetik, der Ökonomie, der Moral, der Liebe – einflussreich hier insbesondere Winckelmann, vgl. etwa 1962 [1756]) mag in diesem Zusammenhang heute zwar mitunter nur noch skurril und kurios anmuten. Die bis heute in verlässlicher Regelmäßigkeit immer wieder aufflammenden Debatten über Sinn und Unsinn eines ‚Kanons‘ für Schule, Studium und Erwachsenenbildung (vor allem eines ‚Literaturkanons‘ – sei es ‚der deutschen‘, sei es ‚der Weltliteratur‘) beispielsweise folgen aber offensichtlich noch immer derselben Logik.<sup>5</sup> Zudem kommt es sehr darauf an, wie man die dem Gedanken von der ‚Vorbildlichkeit der Antike‘ zugrunde liegenden Überlegungen des Humanismus rekonstruiert. Bei einem der glühendsten unter den gegenwärtigen Verfechtern des klassischen Bildungsideals findet man sie so rekonstruiert:

„Es geht der humanistischen Bildung um die Kenntnisse jener komplexen Formen und Gestalten, in denen sich Menschsein realisieren kann; da es aber unmöglich ist, diese Vielfalt empirisch und historisch umfassend auch nur halbwegs vollständig zu studieren, schlägt Humboldt eine Methode vor, die durchaus modern erscheint: das exemplarische Lernen. Exemplarisch lernen kann man aber nur dort, wo tatsächlich etwas modellhaft und in besonderem Maße typisch ausgebildet erscheint. Die Grundthese des Neuhumanismus ist also, dass sich die Bedeutsamkeit des Menschen gerade [...] an jener Kultur am besten studieren lässt, die selbst erstmals den Menschen als Individuum in das Zentrum ihrer ästhetischen, politischen und moralischen Bemühungen gesetzt hatte.“ (Liessmann 2006: 58f.)

An dieser Beschreibung lässt sich sehr gut ablesen, wie die Idee ‚exemplarischen Lernens‘ in der Moderne – und hier vor allem in den Studiengängen der sozial- und geisteswissenschaftlichen Disziplinen – dann zugleich modifiziert und kontinuieriert wurde. Nachdem die universelle Vorbildhaftigkeit ei-

---

5 Vgl. darüber hinaus ganz allgemein zur ungebrochenen Bedeutung des Exemplarischen, Vorbildlichen, Modellhaften im ‚Funktionengefüge‘ der gegenwärtigen Gesellschaft (in den modernen Wissenschaften, für heutige Sozialisationsprozesse, in der Bildung) Pethes et al. 2007.

ner bestimmten historisch-kontingenten ‚Formatierung von Subjekten‘ unplausibel geworden war<sup>6</sup>, trat an deren Stelle sozusagen die universelle Vorbildhaftigkeit von ‚kognitiver Beweglichkeit‘: das exemplarische Lernen *anhand des Prozesses der modernen Wissenschaft* – das Erlernen der *selbständigen Suche* nach neuen Problemlösungen anhand des wissenschaftlichen Prozesses der ständigen Überprüfung und diskursiv kontrollierten Ersetzung bisher gültigen Wissens, bisher gültiger Wahrheiten, bislang hilfreicher Hypothesen durch anderes Wissen, neue Wahrheiten, bessere Hypothesen. An die Stelle einer Auseinandersetzung mit den immer gleichen ‚kanonischen Texten‘ trat „die scheinbar nur wissenschaftliche orientierte Arbeit an der Erweiterung des Wissens, die als Nebeneffekt auch optimale Veränderungen an Personen“ (Stichweh 1982: 62) zeitigen sollte. Und dementsprechend ging man vor allem dazu über, wo immer möglich (auch also im so genannten ‚Grundstudium‘ schon – und vor allem in den Geisteswissenschaften), „den Kommunikationsprozess in einer Lehrveranstaltung so zu interpretieren, dass es hier ebenfalls um Erweiterung des Wissens gehe“ (ebd.). Womit in jenen Wissenschaften, denen der Nachweis eines *unmittelbaren gesellschaftlichen Nutzens* ihrer Ergebnisse naturgemäß am schwersten fällt, nicht zuletzt eine elegante Lösung *auch für dieses Problem* gefunden war. Denn derart verstandene Geisteswissenschaft

„mediatisiert gewissermaßen den Leistungsbeitrag der Wissenschaft, indem sie ihn nicht unmittelbar auf die Probleme anderer Teilsysteme bezieht, sondern auf die Bildung und Ausbildung von Personen, die sich im Durchgang durch Wissenschaft kognitive Rationalität und konkrete Fähigkeiten aneignen, die ihre Handlungsfähigkeit in anderen Kontexten erhöhen sollen“ (ebd.: 66).

---

6 So wurde zunächst vor allem immer unübersehbarer, dass alles vom Humanismus ausgewählte ‚Exemplarische‘ eher für *Erstarrung*, denn für *Offenheit* der Entwicklung sorgt (vgl. etwa Nietzsche 1980a, b).

### III. Der Testfall: 20 Jahre ‚Zwischenzeit‘ als Gesellschaftsexperiment

*Sie [die Reflexion der ‚Systemgeschichte‘ mittels Theoriebildung] wird das Bewusstsein dafür schärfen, dass sich ohne Reform oder im Gegenzug zu Reformen sehr viel mehr geändert hat als durch Reformen.*

Luhmann, Schorr 1979: 362

#### 1.

Die folgenden Untersuchungen gehen zudem davon aus, dass es – beginnend ungefähr Mitte der 1980er Jahre (und vielleicht nicht nur, aber insbesondere in der Bundesrepublik) – gleichsam zu einem *gesellschaftlichen Experiment* mit dem Konzept ‚Bildung durch Wissenschaft‘ *als einer Form der Berufsausbildung* gekommen ist (das allerdings als solches ebenso wenig beabsichtigt war wie es, als solches, dokumentiert worden wäre – und das darum als solches auch bis heute nicht einmal annähernd angemessen ausgewertet ist). Die Potenziale, die geisteswissenschaftliche (und sozialwissenschaftliche) Bildung als Vorbereitung auf die verschiedensten Tätigkeiten, Karrieren und Berufe birgt, wurden in der darauf folgenden Zeit sozusagen umfassend getestet, ausgelotet und ‚bis zum Letzten ausgereizt‘, ohne dass dies bewusst so gewollt gewesen wäre, ohne dass ein politischer Plan ‚dahinter‘ gestanden hätte also insbesondere. Darum ist dieses Experiment ‚mit zahllosen Unbekannten‘ dann allerdings auch nie als der Vorstoß in noch weitgehend ‚unbekanntes Gelände‘ wahrgenommen und gewürdigt worden, das es offenbar darstellte – und haben seine ‚Teilnehmer‘ bei der Bewältigung seiner Herausforderungen auch nie besondere Unterstützung erfahren.

Stattdessen geschah im Grunde nichts weiter, als dass man auf allen betroffenen Seiten allmählich und auf je eigene Weise damit begann, sich auf eine Reihe neuer, außerordentlicher Herausforderungen einzustellen: Man

begann mit dem überkommenen Bestand an Strukturen und Institutionen ‚unter neuen Bedingungen zu arbeiten‘ und ihn auf einen möglichen neuen, anderen ‚Sinn‘ hin zu befragen.<sup>7</sup> Und genötigt war man dazu vor allem, weil immer unübersehbarer wurde, dass die klassischen Beschäftigungsmöglichkeiten für Absolventen geisteswissenschaftlicher Studiengänge (in der Wissenschaft, im Staatsdienst, in Kulturredaktionen, in Verlagen usw.) sich ganz sicher nicht gleichmäßig mit der Zahl dieser Absolventen vermehren würden.

Vor dem Hintergrund der hier gewählten Problemstellung werden die letzten Jahrzehnte mit all dem aber nicht nur zum entscheidenden Testfall für den ‚Zukunftswert‘ von ‚Bildung durch Wissenschaft‘. Es wird sich auch zeigen, dass die dort begonnene Suchbewegung – würde sie politisch bewusst gewählt und durch die Verbesserung gewisser Rahmenbedingungen unterstützt (vgl. dazu insbesondere Abschnitt VII) – zu *der* Stärke und *dem* besonderen Vorzug von Geistes- und Sozialwissenschaften werden könnte. An keiner anderen Stelle des Erziehungssystems nämlich würde sich dann wohl noch eine Form der Ausbildung finden lassen, die angesichts fortlaufend *sich ändernder gesellschaftlicher Aufgaben* ebenso zuverlässig, rasch und fortlaufend einen diesen gewachsenen Nachwuchs hervorzubringen vermag.<sup>8</sup>

## 2.

Bei all dem soll die Rede von einem ‚Experiment‘ natürlich nicht etwa dazu dienen, die Lage der Betroffenen zu beschönigen: Die letzten Jahrzehnte haben nicht nur die geisteswissenschaftliche Hochschulbildung vor ihre bislang

---

7 Insofern könnte man vielleicht auch von einem geradezu idealtypischen Fall jener alltagskulturellen ‚Zweckentfremdungen‘ hochkultureller Traditionsbestände sprechen, die die *Cultural Studies* als eine zentrale Innovationsquelle moderner Gesellschaften nachgewiesen haben (vgl. dazu etwa Certeau 1988).

8 Ein zentrales Problem der aktuellen Reformen besteht darum auch darin, dass die genannte Suchbewegung, die die Voraussetzung dafür bildet, in ihrem Gefolge nun vielerorts in riskanter Weise still gestellt worden ist: Man begnügt sich stattdessen damit, die bislang erschlossenen neuen Beschäftigungsmöglichkeiten in einen neuen Kanon ‚geisteswissenschaftlicher Berufsbilder‘ sozusagen umzuwidmen und die Lehre dann darauf zu verpflichten, auf ausschließlich diese Berufe hin ‚praxisbezogen‘ auszubilden.

wohl härteste gesellschaftliche Bewährungsprobe gestellt – vor allem stellten sie deren Absolventen vor ungekannte Herausforderungen. Es geht nur darum, dass dieser gesellschaftstheoretische Perspektivenwechsel wichtige Erträge erlauben wird: Die zurückliegenden Jahrzehnte werden so lesbar werden als i) exemplarische Probe auf die ‚Plastizität‘ von geisteswissenschaftlicher Bildung: darauf dass sich für sie offenbar immer wieder neue, unerwartete ‚praktisch-gesellschaftliche Nützlichkeiten‘ eröffnen; als ii) exemplarischer Testfall für die Veränderungen, die die zunehmende ‚Durchsetzung‘ ihrer Arbeitswelt mit Geisteswissenschaftlern für die moderne Gesellschaft bedeutet; als iii) Probe auf die Möglichkeit, dass ‚Bildung durch Wissenschaft‘ eine relativ früh gefundene Universal-Antwort auf das zentrale Problem des modernen Erziehungssystems darstellt. Dieser letzte Punkt wird hier an mehreren Stellen behandelt und verdeutlicht werden (Abschnitte IV, V, VI). Wie das ‚Einsickern‘ von Geisteswissenschaftlern in immer mehr wirtschaftliche und gesellschaftliche Bereiche diese offenbar allmählich so zu verändern vermag, dass dort am Ende dann ein *dauerhaft erhöhter Bedarf für gleichermaßen Ausgebildete* sich bildet (der unter ii) genannte Punkt also), wird insbesondere in Abschnitt V genauer untersucht werden.

Dass Absolventen von geistes- und sozialwissenschaftlichen Studiengängen in den letzten 20 Jahren in immer mehr Wirtschaftszweige ‚hinein diffundierten‘; dass die Nötigung dazu sich aus einem Mangel an Stellen in ihren ‚angestammten‘ Bereichen ergab; dass ihre Kompetenzen an immer mehr zuvor unerwarteten Stellen gefragt waren; dass dieser Prozess zwar auch von ständigen Rückschlägen begleitet war, letztlich aber *nur durch Konjunkturschwankungen gehemmt wurde* – all dies aber spiegeln nun beispielsweise auch die Berichte der Arbeitsämter aus diesem Zeitraum bereits sehr deutlich wider. So mussten sie im Hinblick auf den Bestand offener Stellen immer wieder melden, dass die klassischen Berufsfelder für Geisteswissenschaftler das Schlusslicht bildeten: „Am stärksten war der Rückgang bei Lehrern und Geisteswissenschaftlern mit 39 %, dicht gefolgt von den sozialwissenschaftlichen Berufen mit 38 %“ (ANBA 6/1993: 1102). Auf der anderen Seite wurde dafür aber auch immer häufiger registriert: „Die frühere Zurückhaltung der Privatwirtschaft gegenüber diesen Bewerbern ist einem gewissen Interesse gewichen, das sich insbesondere auf außerfachliche Kompetenzen im sozialen Bereich bezieht“ (ebd.: 1135). Und es zeigte sich beispielsweise auch, dass dies insbesondere bei „Stellenangeboten in der Markt- und Konsumen-



tenforschung, in der Öffentlichkeitsarbeit sowie in der Werbebranche der Fall“ war (ANBA 5/1989: 743). Immer wieder aber musste die Bundesagentur dann auch melden: „Die in den vorangegangenen Jahren beobachtete Öffnung der Privatwirtschaft [gegenüber Geistes- und Sozialwissenschaftlern] ist durch den Konjunktureinbruch unterbrochen worden“ (ANBA 7/1994: 982).

#### IV. Die Dynamik moderner Gesellschaft als Zentralproblem ihres Erziehungssystems

##### 1.

Aus historischer und gesellschaftstheoretischer Sicht bildet die folgende Einsicht den entscheidenden Hintergrund für alles Nachdenken über die bildungspolitischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte: Es mögen sich in diesem Zeitraum zwar durchaus einige gravierende Veränderungen der Gesellschaft vollzogen haben, diese Veränderungen – die sich unter Formeln wie *Risikogesellschaft*, *Globalisierung* und *Wissensgesellschaft* zum Teil durchaus zutreffend beschrieben finden (und einer verbreiteten Auffassung zufolge grundlegenden Reformbedarf in letztlich allen modernen Bildungseinrichtungen begründen) – stellen aber letztlich nur *nochmalige Zuspitzungen* einiger die moderne Gesellschaft *grundsätzlich kennzeichnender* Probleme dar. Entsprechend ging es in den letzten zwanzig Jahren (und geht es bis heute) auch für das moderne Erziehungssystem<sup>9</sup> ‚nur‘ um eine nochmalige Zuspitzung jener Probleme und Herausforderungen, vor die es sich in der modernen Gesellschaft ohnehin, grundsätzlich und seit jeher gestellt sieht.

Diese Einsicht wird hier zunächst genauer zu erläutern sein, um im Anschluss dann zeigen zu können, dass allerdings *gerade* diese Zuspitzungen dem Erziehungssystem nun *noch einmal mehr* geisteswissenschaftliche ‚Bildung durch Wissenschaft‘ als eine zentrale Problemlösung nahe legen. Denn

---

9 Als dessen Teil in dieser Perspektive auch der gesamte universitäre Lehrbetrieb und alle Hochschulstudiengänge zu verstehen sind.

was sich vor allem nochmals zugespißt, was vor allem nochmals zugenommen hat, ist die Wahrscheinlichkeit, dass alles Wissen und alle Fertigkeiten, die in der Gesellschaft (und ihrer ‚Arbeitswelt‘) jeweils von Nutzen und von Nöten sind, *am Ende von Ausbildungen andere sein werden als zu deren Beginn*. Und so bleibt dem modernen Erziehungssystem letztlich nur die Konsequenz, für *genau diese Lage auszubilden*. Und das heißt vor allem, dass es eine ‚Form von Erziehung‘ benötigt und vorzugsweise anzubieten hat, die dieses Risiko zu kompensieren vermag – also *auch dann noch nützlich ist*, wenn die Gesellschaft nach Abschluss der Ausbildung ganz anders aussieht, als man es zu deren Beginn erwarten konnte. Und in dieser Hinsicht nun besonders bewährt hat sich in der Vergangenheit insbesondere jene Form der ‚Bildung durch Wissenschaft‘, die geistes- und sozialwissenschaftliche Studiengänge boten. Der Plausibilisierung und weiteren Präzisierung dieser gesellschaftstheoretischen Grundthese wird nun nicht nur der Rest dieses Abschnitts gewidmet sein. In den beiden folgenden Abschnitten (V, VI) wird es darüber hinaus darauf ankommen, sie auch in der Auseinandersetzung mit den konkreten empirischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte noch einmal genauer zu bewähren.<sup>10</sup>

## 2.

Die genannte gesellschaftstheoretische Ausgangseinsicht ist zu diesem Zweck nun zunächst noch einmal allgemeiner zu formulieren: Das grundlegende (und insofern auch, im Grundsatz, immer *gleich* bleibende) Problem aller modernen Erziehung besteht darin, für eine letztlich *unbekannt bleibende Zukunft* erziehen und ausbilden zu müssen. Die Prozesse, in deren Verlauf die Zukunft der Gesellschaft sich von ihren je aktuellen Zuständen in immer *mehr Hinsichten* immer *rascher* zu unterscheiden begann, setzten jedenfalls bereits in der frühen Neuzeit ein. Dass die nähere und weitere Zukunft immer

---

10 Diese Grundthese leuchtet aber offenbar auch schon insoweit ein, als es heute letztlich für jedermann – wie die neueren Debatten um die Notwendigkeit ‚lebenslangen Lernens‘ zeigen – gleichsam um das geht, was Wissenschaftler in ihrer Ausbildung lernen (sollten): ein Leben lang auf der Höhe des ‚aktuellen Forschungsstandes‘ zu bleiben.

weniger voraussehbar wurde – so lange, bis man anerkennen musste, dass über sie kein gesichertes Wissen gebildet werden kann –, lässt sich, mit anderen Worten, als ein allgemeines ‚Signum der Moderne‘ verstehen (vgl. dazu etwa Luhmann 1992b). Verantwortlich hierfür sind die Mechanismen der kapitalistischen Konkurrenz darum auch ebenso sehr wie das Selbstverständnis moderner Wissenschaft beispielsweise: Mit der Herausbildung der modernen Funktionssysteme (für Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst, Politik usw.) wurde letztlich überall in der Gesellschaft eine Präferenz für ‚Neues‘ eingerichtet, die im Resultat vor allem für eine unablässige Veränderung der Gesellschaft in allen nur denkbaren Hinsichten sorgt.

In den zurückliegenden Jahrzehnten – in denen geistes- und sozialwissenschaftliche Hochschulbildung sich erstmals an der ganzen Vielfalt moderner Arbeitswelten und Tätigkeitsfelder bewähren musste – haben diese modernen Grundtendenzen nun allerdings vor allem aus einem Grund noch einmal eine deutliche Beschleunigung erfahren. Als Paradigma darf dabei die in den 1980er Jahren anlaufende Umstellung der Industrie auf eine damals ganz neuartige Produktionsweise gelten, die Produktion ‚on demand‘ und ‚in time‘ (vgl. Wildemann 1988): In dieser Zeit liefen in allen gesellschaftlichen Teilsystemen Bestrebungen an, sich von den Risiken langfristiger Planung unabhängiger zu machen und dafür nun stattdessen die Fähigkeit zu flexiblen Reaktionen auf je aktuelle Veränderungen zu stärken. So kam es in der Politik etwa zu einer stärkeren Orientierung an aktuellen Umfragedaten und Stimmungen und in der Wirtschaft zu immer ausgeklügelteren Methoden der Kundenbefragung, fortlaufend verfeinerten Analysen ihres Kaufverhaltens und einer immer lückenloseren Erfassung von Trends und Nuancen des allgemeinen Konsumverhaltens. Mit all dem wurde es immer wahrscheinlicher, so könnte man sagen, dass das je aktuelle Potenzial *möglicher* Veränderungen nun auch *tatsächlich*, und umgehend, *realisiert* wird. Zumindest ergaben sich immer mehr Möglichkeiten dazu, dieses Potenzial nun noch einmal ungleich vollständiger, rascher und effizienter auszuschöpfen.

Im Ergebnis allerdings hat dies alles bislang nichts so sicher befördert wie eine immer wankelmütiger und nervöser werdende gesellschaftliche Entwicklung sozusagen: Sie ist seither offenbar vor allem von immer kurzfristigeren Trends und Trend-Änderungen beherrscht und geprägt, die einander nun immer rascher und immer unberechenbarer abwechseln. Und auch die zentrale Konsequenz für das unter diesen Bedingungen arbeitende Perso-

nal liegt offenbar auf derselben Ebene: Es findet sich seither vor allem in allen gesellschaftlichen Tätigkeitsfeldern mit immer rascher wechselnden Zielen, Aufgaben und Problemen konfrontiert.

### 3.

Für das moderne Erziehungssystem nun bekräftigt diese Zuspitzung, wie gesagt, aber im Grunde nur noch einmal das Problem, das sich ihm angesichts der modernen Gesellschaftsdynamik ohnehin seit jeher stellt. Besonders deutlich wird diese grundsätzlich gleich bleibende, die gesamte Moderne übergreifende Herausforderung für die Erziehung im Kontrast zu der historisch vorausgehenden Situation; im Vergleich also mit der Problemlage und Funktion von Erziehung in den hierarchisch-stratifizierten Gesellschaften des europäischen Mittelalters und der frühen Neuzeit.<sup>11</sup> Dort konnte man noch davon ausgehen, dass die Zukunft sich nicht wesentlich von der bekannten Vergangenheit und Gegenwart unterscheiden würde, und insoweit gab es dann auch keinerlei Zweifel daran, *für welche Zukunft* zu erziehen war bzw. auf welchen *gesellschaftlichen Zustand* Erziehung vorzubereiten hatte. Die Dauer und die relative Unveränderlichkeit aller bekannten Ordnungen waren zudem, wie man meinte, in einer ‚natürlich-göttlichen Ordnung‘ abgesichert. Praktisch hatte Erziehung darum einzig mit dem Problem zu tun, dass der Einzelne den ‚Zwecken der natürlichen Ordnung‘ besser oder schlechter genügen, die vorhandenen Anlagen also *mehr* oder *weniger* vollkommen *aus-schöpfen* konnte: Ziel und Funktion von Erziehung konnten allein darin gesehen werden, ‚der Natur nachzuhelfen‘, die Realisierung jener Anlagen also sicherzustellen, die jedem Menschen ‚von Natur aus‘ mitgegeben waren. Und diese Anlagen wurden über Jahrhunderte zudem als für die Erziehung *unmit-*

---

11 Vgl. zum Folgenden einerseits die Grundzüge der Unterscheidung von *funktional* und *hierarchisch* differenzierter Gesellschaft, wie Niklas Luhmann sie an verschiedenen Stellen ausgearbeitet und bewährt hat (etwa in Luhmann 1997: 678ff.). Zum anderen handelt es sich um systematisierte Zusammenfassungen für die Zwecke dieser Untersuchung von verstreuten Darstellungen Luhmanns zur Vorgeschichte des modernen Erziehungssystems (in Luhmann, Schorr 1979, Luhmann 1995, Luhmann 2002: 111ff. sowie 168ff.).

telbar erkennbar gedacht – nämlich schlicht anhand der Herkunft, des ‚Standes‘ also, in den der ‚Zögling‘ hinein geboren war. Die Zukunft (in deren Dienst Erziehung immerhin auch hier schon tätig war) war gewissermaßen unmittelbar an der Vergangenheit ablesbar.<sup>12</sup>

#### 4.

Eine solche Orientierung ist für das heutige Erziehungssystem offenbar ganz und gar undenkbar geworden. Heute gilt, im Gegenteil, gerade die Möglichkeit, einen *Unterschied zur Vergangenheit* bewirken zu können, als das Wertvolle an der Erziehung. Welche Unterschiede aber *sollte* sie dabei bewirken? Woran also kann sich Erziehung *nun stattdessen*, und *in dieser Hinsicht*, orientieren? Offenbar bleibt auch für das moderne Erziehungssystem eine Orientierung an *gesellschaftlichen Anforderungen* und *Ansprüchen* unverzichtbar: Es hat sich sinnvollerweise zu bemühen, individuelle Entwicklungen zu fördern und Fertigkeiten zu vermitteln, für die die Gesellschaft dann auch ‚Verwendung hat‘ – und die die Ausgebildeten, darum, dann auch zu selbstbestimmten Lebensläufen und zu erfolgreichen beruflichen Karrieren befähigen.<sup>13</sup> Nur bleibt dann offensichtlich noch immer die Frage: Woher kann das System heute noch wissen, welche Fertigkeiten und ‚Persönlich-

---

12 „Bis weit in die Neuzeit hinein hatte man das gesellschaftliche Leben in einem Essenzkosmos wahrgenommen, der [...] Konstanz [...] garantierte. [...] Die Natur sah die Zukunft als Endform von Bewegungen, als Perfektion der Natur vor, und alle Unsicherheit wurde auf mögliche Korruptionen [...] bezogen [...]. [I]m Akzidentiellen hatte man [zwar] mit Geschichte zu rechnen. Aber angesichts von konstanten Wesensformen und guten Zwecken konnte man aus der Geschichte lernen und sich (gerade in der Frühmoderne) auf Tugendkonzepte zurückziehen, die Unerschütterlichkeit, Robustheit, Ataraxie im Festhalten des Richtigen empfahlen.“ (Luhmann 1992b: 130f.). Und solche Tugendkonzepte insbesondere boten dann auch – nach Ständen differenziert – den eigentlichen und einzigen Ansatzpunkt für Erziehung.

13 Entsprechend lautet dann auch die Antwort, die Luhmanns Theorie des modernen Erziehungssystems auf „die Frage nach der gesellschaftlichen Funktion der Erziehung“ (Luhmann 2002: 21) anbietet: „Die Hauptaufgabe der Erziehung liegt [...] in der Qualifizierung für Lebensläufe und Karrieren“ (ebd.: 175). Womit implizit ausgesprochen ist, dass das System seine Funktion nur erfüllen kann, wenn es seinen Operationen ‚Konstruktionen‘ von künftigen gesellschaftlichen Zuständen zugrunde legt.

keitsmerkmale‘ dies *in Zukunft* sein werden? Statt zu wirklich stabilen und verlässlichen Richtwerten zu führen, wird angesichts aller dazu üblichen Empfehlungen offenbar<sup>14</sup> vor allem zweierlei deutlich: Wie die Zukunft der modernen Gesellschaft aussehen wird, ist stets höchst umstritten (es gibt stets ‚mehrere Zukünfte‘). Und: Es gibt keine allgemeinverbindliche wissenschaftliche Methode, um die für das Erziehungssystem maßgeblichen gesellschaftlichen Parameter (und deren künftige Entwicklung) zu ermitteln und zu bestimmen. Und auch, diese Aufgabe gewissermaßen selbst in die Hand zu nehmen, führt offenbar wieder nur auf dieselben Probleme: Pädagogen zählen es schon lange zu den *unabschließbaren*, also stets „wiederkehrenden Aufgaben der Erziehungswissenschaft ‚Gesellschaft in pädagogischer Sicht‘ zu entwerfen“ (Brödel, Siebert 2003: 2)<sup>15</sup>.

So scheint am Ende nichts übrig zu bleiben, als alle seriösen Prognosen und immer neuen Zukunftsentwürfe ernst zu nehmen, zu berücksichtigen, zu diskutieren – und mit immer neuen umfassenden ‚Systemanpassungen‘ zu reagieren. So notwendig unvollkommen dieses Vorgehen auch immer bleiben muss: In der modernen Gesellschaft scheint man die „Neigung zur ständigen Reform der schulischen und universitären Einrichtungen als Bedingung der Verbesserung der Erziehung“ (Corsi 1997: 52) akzeptieren zu müssen.

Vielleicht aber gibt es ja wenigstens noch eine zusätzliche, und sehr rationale, Form der Reaktion. Denn müsste man nicht erwarten, dass das Prozessieren des modernen Erziehungssystems unter der nun seit langem schon unveränderlich geltenden Bedingung ‚letztlich ungewisser Zukunft‘ inzwischen auch einige *an diese Bedingung perfekt angepasste*, also auch ‚nicht-mehr-reformbedürftige‘ Lösungen hervorgebracht hat, es also inzwischen stabile ‚Eigenwerte‘ gebildet hat – um es mit dem in Kybernetik und Systemtheorie dafür geprägten Begriff zu sagen (vgl. dazu etwa Luhmann 1992a)? Und müsste man diese dann nicht unbedingt zu identifizieren versuchen – nicht nur um sie selbst künftig von allen Reformen *ausnehmen*, sondern auch

---

14 Man denke nur an die beiden heute verbreitetsten Empfehlungen: Das Erziehungssystem solle sich an konkrete ‚Tendenzen am Arbeitsmarkt‘ halten; bzw. es solle vielmehr auf abstraktere Anhaltspunkte achten – wie sie sich also etwa aus der ‚wissensbasierten Ökonomie‘ hinsichtlich von ‚Schlüsselqualifikationen‘ zu ergeben scheinen.

15 Die Autoren verweisen, für weitere Vertreter dieser Ansicht, auch noch auf Mollenhauer (1962) sowie Siebert (2002).

um *andere Lösungen* im System dann gegebenenfalls *nach deren Vorbild* modellieren zu können?

## 5.

„Bildung durch Wissenschaft“ soll hier also, so lässt sich nun genauer sagen, als ein solcher ‚Eigenwert‘ des modernen Erziehungssystems verstanden und erwiesen werden. Wobei zusätzlich davon ausgegangen wird, dass ihr eigentlicher ‚Zukunftswert‘ allerdings erst in dem Kollektivexperiment der letzten 20 Jahre mit geisteswissenschaftlicher ‚Bildung durch Wissenschaft‘ sich offenbaren konnte: Diese Bewährungsprobe unter schwersten Rahmenbedingungen erst konnte zeigen, dass sie sich als Form der *Ausbildung* eingesetzt durch Eigenschaften auszeichnet, die der erreichten gesellschaftlichen Dynamik offenbar besonders angemessen sind.

Zur weiteren Stützung und Plausibilisierung dieser Thesen wird als nächstes nun eine gleichermaßen empirisch wie theoretisch argumentierende Untersuchung zur Herausbildung der ‚Wissensgesellschaft‘ genauer vorgestellt werden (Stehr 2003). Diese zeigt nicht zuletzt, dass die gesellschaftlichen Entwicklungen der letzten 20 Jahre den ‚Zukunftswert‘ von ‚Bildung durch Wissenschaft als Ausbildung‘ auch noch in anderem Sinne bekräftigten: Die in diesem Zeitraum zugenommene Prägung der modernen Arbeitswelt durch entsprechend Ausgebildete sorgte auch für einen daraufhin zunehmenden Bedarf an *wiederum* mittels ‚Bildung durch Wissenschaft‘ Ausgebildeten.

## V. Die Wissensgesellschaft als Effekt eines stoischen Erziehungssystems

[D]ie Bildungstheorie [...] [beschreibt] ein System, das jeden äußeren Einfluss in die Produktion neuer eigener Elemente übersetzt.

Stichweh 1994: 219

### 1.

Stehrs Untersuchung ist hier nicht zuletzt von besonderem Interesse, weil ihre Ergebnisse vom Autor selbst ganz unmittelbar auf die Frage nach dem Zukunftswert von ‚Praxis-‘ und ‚Berufsbezug‘ in der Ausbildung bezogen werden. Von diesen Ergebnissen ausgehend wäre es heute offenbar angezeigt, das gesamte Erziehungssystem nach dem Vorbild geisteswissenschaftlicher ‚Ausbildung durch Wissenschaft‘ zu reformieren – statt nun, umgekehrt, auch noch die Geisteswissenschaften auf das überkommene industriegesellschaftliche Leitbild zu verpflichten, das Stehr so zusammenfasst: „Schulen und Universitäten liefern diejenigen Qualifikationen und Kompetenzen, die *unmittelbar* am Arbeitsplatz eingesetzt werden können“ (Stehr 2003: 89; Herv. C.Z.).

Stehrs Ergebnissen zufolge spricht heute vor allem eines für Erziehungsformen, die sich stattdessen durch ein erhebliches Maß an ‚Selbstgenügsamkeit‘ und ‚Indifferenz‘ gegenüber aktuellen Arbeitswelten auszeichnen: Sie erweisen sich regelmäßig als immerhin noch *mittelbar* ausgesprochen nützlich, wenn die Vermittlung *ganz bestimmter*, noch vor kurzem ‚am Arbeitsmarkt dringend nachgefragter Fertigkeiten‘ jeden Nutzen verliert. Da man heute, genauer gesagt, wissen kann, dass unerwartete Veränderungen der Arbeitswelt – durch die gerade noch hochgeschätzte Fertigkeiten sehr plötzlich obsolet werden können – heute alles andere als Ausnahmen darstellen, kommt Stehr schließlich zu dem Ergebnis, dass das genannte Leitmodell im gesamten System „ersetzt werden“ (ebd.: 89) müsse.



## 2.

Ausgangspunkt von Stehrs Studie ist nun aber zunächst ein ganz anderes Problem. Sie setzt an bei den Schwierigkeiten von Ökonomen, im Hinblick auf die allgemeine Implementierung der neueren Informations- und Kommunikationstechnologien (‘IK-Technologien’) in den zurückliegenden Jahrzehnten deutliche Ertrags- und Produktivitätszuwächse nachzuweisen – also zu zeigen, dass sich „die Investitionen in Informationstechnologie makroökonomisch gelohnt haben“ (Stehr 2003: 77)<sup>16</sup>.

Da die immensen Investitionen in diesen Bereich aus einer ‚rein ökonomischen Betrachtung‘ heraus also eigentlich ganz unerklärlich scheinen, fragt Stehr, ob dann nicht stattdessen die Soziologie vielleicht eine plausible Erklärung für diese Entwicklungen anzubieten vermag. In diesem Zusammenhang geht es Stehr allerdings zugleich um eine Kritik von in der Diagnose von der ‚Wissensgesellschaft‘ weithin unterstellten Annahmen. Ihm zufolge hält der allgemein vorausgesetzte Zusammenhang zwischen dem zunehmenden „Einsatz moderner IK-Techniken“ (78) und „dem radikalen Wandel der Arbeitswelt in der modernen Gesellschaft“ (77) – der sich vor allem niederschlägt in einer „steigenden Zahl wissensintensiver Berufstätigkeiten“ (77) – einer genaueren Prüfung nicht stand: Es sei verfehlt, hier von einem „technologisch verursachten“ (79) Wandel der Gesellschaft auszugehen.

Die Studie dient also zunächst einmal der Widerlegung jener heute „fast schon zur Orthodoxie geronnenen Behauptung“ (78), wonach die Gesellschaft es seit einiger Zeit mit einem „technologisch induzierten Bedarf für hochqualifizierte berufliche Tätigkeiten“ (78) zu tun habe. Stehr zeigt demgegenüber, dass hier vielmehr von einem *vom Erziehungssystem induzierten Gesellschaftswandel* auszugehen ist. Zu diesem Zweck betrachtet der Autor vor allem den Verlauf der Entwicklung genauer. So wird schließlich der folgende Zusammenhang erkennbar: Das Erziehungssystem hat, beginnend in der Nachkriegszeit, sozusagen – ohne Rücksicht auf gesellschaftliche Erfordernisse und Arbeitsmarktentwicklungen – so lange so viele höher Gebildete produziert, bis die Gesellschaft nachgegeben, sich also in einer diesem Po-

---

16 Alle folgenden Seitenangaben in diesem Abschnitt beziehen sich, wenn nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, auf Stehr 2003.

tenzial angemessenen Weise verändert hat. Die neuen IK-Technologien dagegen spielten bei all dem in Wahrheit nur die Rolle eines Transmissionsriemens gewissermaßen, dessen diese Veränderung sich *bediente* (und durch den sie sich zusätzlich allenfalls noch beschleunigte).

### 3.

Entscheidend also ist jedenfalls, wie Stehr zeigt, in diesem Zusammenhang sehr genau auf die *Chronologie der Ereignisse* zu achten. Seine Untersuchung zeichnet diese darum dann auch detailliert und unter Rückgriff auf eine lange Reihe von empirischen Untersuchungen und Daten nach. So lässt sich der skizzierte Zusammenhang schließlich präzisieren: Es zeigt sich, dass „hochqualifizierte Arbeitskräfte *bereits vor Beginn* des eigentlichen Zeitalters der modernen IK-Technologien von Firmen und Konzernen *in steigendem Maße eingesetzt*“ (79; Herv. C.Z.) wurden. „Ursprünglich ursächlich“ für die „zunehmende Bedeutung von hochqualifizierten Arbeitskräften“ (79) war also keine aufgrund *neuer Techniken* gestiegene „Nachfrage nach solchen Arbeitskräften, sondern es handelt sich um eine *autonome, gesellschaftlich verursachte Angebotsverschiebung*“ (79; Herv. C.Z.). Und dies muss am Ende dann auch zu dem Schluss führen: Die Wirtschaft hat gar nicht ‚aus freien Stücken‘ sozusagen damit begonnen, zunehmend in neue IK-Technologien zu investieren (in dem Sinne, dass sie sich davon große Produktivitätszuwächse versprochen hätte), sondern sie sah sich dazu mehr oder weniger gezwungen: Sie tat es nur, um die mit dem allgemein gehobenen Bildungsniveau des Arbeitnehmerangebots „einhergehende Lohnkostensteigerung aufzufangen“ (79). Es ging gleichsam darum, diesem Angebot ‚nachträglich einen Sinn‘ zu geben, es ‚doch noch irgendwie‘ in einen ökonomisch nutzbaren Faktor zu verwandeln. Oder umgekehrt gesagt: Aufgrund der „rasanten Obsoleszenz von Fach- oder Spezialkenntnissen in der effizienten Bedienung“ (82) der neuen IK-Technologien wären massive Investitionen in diese *eigentlich* ökonomisch unattraktiv gewesen – erst und allein das allgemein erhöhte Bildungsniveau des Arbeitnehmerangebots ließ sie zu einer sinnvollen Option werden. Denn unter diesen Umständen boten sie den Unternehmen nun eine Möglichkeit, das Interesse ihres neuen, höher gebildeten Personals an

mehr Selbstverantwortung und „Initiative“ (84) produktiv zu machen, sowie auch sich dessen Vorliebe für „permissive Formen der Herrschaft“ (83) am Arbeitsplatz beispielsweise für die Entwicklung neuer Organisationsformen der Arbeit zunutze zu machen.<sup>17</sup>

#### 4.

Für die hier in Rede stehenden Fragen ist an Stehrs Ergebnissen vor allem relevant, dass demnach alles gegen die Annahme spricht, dass „die steigende Anzahl von Wissensarbeitern in der modernen Wirtschaft als eine *Folgeerscheinung* der Anforderungen“ (84f.; Herv. C.Z.) anzusehen ist, „die die moderne Arbeitswelt stellt, und zwar insbesondere ihr modernes technologisches Regime“ (85). Es verhält sich demnach vielmehr genau umgekehrt: Inzwischen zwar mögen die gestiegenen Anforderungen nun tatsächlich *auch* ein Motiv für die Nachfrage nach *weiterem* höher gebildetem Personal darstellen<sup>18</sup> – ohne ein Überangebot von höher gebildeten Arbeitskräften aber wäre die zugrunde liegende Veränderung undenkbar gewesen. Und dann muss man sich offenbar fragen: Muss der Ausbau einer wissensbasierten Ökonomie dann nicht auch ins Stocken geraten, wenn der Druck durch ein Personalangebot mit vergleichbarem Bildungsniveau nachlässt? Wenn mit den jüngsten Reformen nun nicht mehr auf extensive ‚Streuung‘ (immer mehr Bildung ‚in der Breite‘) gesetzt wird, sondern auf Differenzierung: auf intensivierte Förderung von ‚Eliten-Bildung‘ (im doppelten Wortsinne) einer-, und auf intensivierte Förderung von scheinbar unmittelbar praxisrelevantem Wissen beim ‚Rest‘ andererseits – verliert die Wissensgesellschaft dann nicht ihre Grundlage? Und werden also nicht zuletzt auch die ‚unter ihrem Dach‘ möglich

---

17 Welche für manche Kritiker heute freilich der Inbegriff ‚neoliberaler‘, auf der Selbstausbeutung ‚unternehmerischer Selbst‘ beruhende Arbeitsformen sind (vgl. etwa Bröckling 2007). Dass sie auch solche Resultate erst möglich gemacht hat, ist sozusagen die andere, tragische Seite der Bildungsexpansion.

18 „Es ist wahrscheinlich, dass, sobald die grundlegende Veränderung der Arbeitswelt abgeschlossen ist, bedarfsgesteuerte Erscheinungen häufiger auftreten [...] werden“ (86, Anm. 21).

gewordenen *immer rascheren technologischen Innovationsschübe* dann in Zukunft wieder unwahrscheinlicher werden?

## 5.

Im Grunde wird mit all dem nun freilich nur eine alte, im Zusammenhang mit Bildung einmal selbstverständliche Einsicht wieder gewonnen. Dass eine unbeirrte Arbeit an der stetigen Vermehrung von Bildung (und Gebildeten) am Ende auch die gesellschaftliche Entwicklung nicht unberührt lassen (und sich dadurch selbst rechtfertigen) werde, das war ja gewissermaßen die *petitio principii* des humanistischen Bildungsdiskurses. Vor allem aber gab es jenseits der idealistischen Bedeutungen, die die humanistischen Texte der Bildung nachträglich eingeschrieben hatten – gerade bei den ‚Skeptikern unter ihren Verteidigern‘ also gewissermaßen, wie hier bei Adorno –, stets ein klares Bewusstsein für das, was in Wahrheit hinter diesem immer wieder beobachtbaren ‚Bildungseffekt‘ steht (und was der Übergang zur Wissensgesellschaft nun nur noch einmal in Erinnerung ruft): dass Bildung in der Moderne, ganz profan und ganz instrumentell, der Universalschlüssel ist – zum Eintritt in alle gesellschaftlichen Bereiche und Positionen, ja zu deren aller *Übernahme*:

„Als das Bürgertum im England des siebzehnten und im Frankreich des achtzehnten Jahrhunderts politisch die Macht ergriff, war es [auch dem Bewusstsein nach] [...] weiter entwickelt als die Feudalität [...]. Die Qualitäten, die dann nachträglich den Namen Bildung empfingen, befähigten die aufsteigende Klasse zu ihren Aufgaben in Wirtschaft und Verwaltung. Bildung war nicht nur Zeichen der Emanzipation des Bürgertums [...]. Ohne Bildung hätte der Bürger, als Unternehmer, als Mittelsmann, als Beamter und wo auch immer kaum reüssiert.“ (Adorno 2006 [1959]: 17)

## VI. Zukunft der Ausbildung – Ausbildung der Zukunft: Bildung in der Risikogesellschaft

### 1.

Zum Abschluss soll nun noch einer weiteren Spur in die Vergangenheit etwas genauer nachgegangen werden. Auch bei der Einsicht in die ‚Zukunftsunsicherheit‘ als dem Zentralproblem des modernen Bildungssystems nämlich war der Bildungsdiskurs im Grunde schon einmal angelangt: im Zusammenhang und im Gefolge der Diagnose von der *Risikogesellschaft*. Und so findet man die Thesen und bisherigen Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung in diesem Zusammenhang nun auch noch einmal unter einer leicht anderen Perspektive bestätigt. Für Ulrich Beck stand so beispielsweise schon 1986 – ‚auf dem Weg in eine andere Moderne‘ – fest, dass künftige Bildungsreformen nicht die nun gewählte, sondern vielmehr die geradewegs gegenteilige Richtung einzuschlagen hätten: „Unvermeidlich wird ein *Zurückschrauben des Berufsbezugs*“ (Beck 1986: 243; Herv. i. Orig.).

Jenen Risiken, die der heute rasant sich ändernde Arbeitsmarkt für den Einzelnen (und seine Lebensplanung) birgt, lässt sich mit diesem Mittel nämlich, so hatten seine Analysen gezeigt (vgl. vor allem Beck 1986: 220ff.), ohnehin nicht mehr effektiv entgegentreten. Alle künftigen bildungspolitischen Überlegungen hätten darum demnach auch vielmehr von der Einsicht auszugehen, dass „das Bildungssystem seine ihm [...] seit der Aufklärung zugeschriebene, in den sechziger Jahren beschworene Funktionsbestimmung – öffentlich kontrollierbare Zuteilung von Chancen – verloren [hat]!“ (ebd.: 244). Wenn das Erziehungssystem (beziehungsweise die Bildungspolitik vermittelt ihrer Möglichkeiten, die Operationen dieses Systems mitzubestimmen) künftig *überhaupt* noch etwas kontrollieren kann und *können soll*, so muss und kann dies nun, anders gesagt, nur noch etwas ganz anderes sein.

Und die dieser Diagnose in der Hauptsache zugrunde liegende Beobachtung ist nun zudem eine, die heute nur noch sicherer zutrifft. Von der hier beschriebenen Lage (die damals noch als eine vorübergehende erscheinen konnte) hat sich mittlerweile erwiesen, dass sie zu den ganz wenigen Dingen zählt,

mit denen Bildungspolitik und -system bis auf weiteres *ganz sicher rechnen müssen*:

„In Zeiten der Vollbeschäftigung wurde mit der Vergabe von knappen Bildungszertifikaten sozusagen die Einstellungsentscheidung des (bzw. irgendeines) Personalbüros [...] vorweggenommen. In Zeiten eines inflationären Überangebots an Qualifikationen wird dagegen die Entscheidung zwischen gleichwertigen Abschlüssen an das Beschäftigungssystem delegiert. Die Betriebe können nun durch eigene Aufnahmetests oder ähnliche Verfahren entscheiden, wem sie eine (Lehr-)Stelle geben. [...] Die Zertifikate, die im Bildungssystem vergeben werden, sind keine Schlüssel mehr zum Beschäftigungssystem, sondern nur noch Schlüssel zu den *Vorzimmern*, in denen die Schlüssel zu den Türen des Beschäftigungssystems verteilt werden (nach welchen Kriterien und Spielregeln auch immer).“ (Beck 1986: 244f.; Herv. i. Orig.)

Zusätzlich lässt sich heute nur eines vielleicht noch deutlicher erkennen: Was Bewerbungsverfahren ‚mit welchen Mitteln auch immer‘ in der Vergangenheit abfragen mochten und künftig noch abfragen mögen – es *wandelt* sich heute in jedem Fall *in derselben Geschwindigkeit*, in der sich die Stellenprofile und die Anforderungen in allen Arbeitsmarktsegmenten inzwischen fortlaufend ändern. *Und darauf kann keine Ausbildung sich einstellen*. Jedenfalls nicht durch einen unmittelbar darauf bezogenen ‚Praxisbezug‘. Würde sie es doch versuchen, so müsste sie unablässig – und ebenso rasch wie die heutige Arbeitswelt selbst (also buchstäblich mitten im laufenden Unterricht) – ihre Lehrinhalte und Lernziele gegen neue austauschen; und würde doch immer noch riskieren, an den in Bewerbungsverfahren je aktuell abgefragten Kompetenzen vorbei auszubilden<sup>19</sup>: In der Risikogesellschaft ist und bleibt auch (und gerade) alle Erziehung, Bildung, Ausbildung *notwendig riskant*.

---

19 Luhmann stellt in diesem Sinne ganz generell fest: „Die Wirtschaft, von der die Absolventen der Schulen und Hochschulen eine angemessene Arbeit und entsprechendes Einkommen erwarten, ist für das Erziehungssystem *unkalkulierbar*“ (Luhmann 2002: 125; Herv. C.Z.). Und: „Das heißt [...], dass die Gefahr der Arbeitslosigkeit wie ein Schatten die Schulausbildung und das Studium begleiten kann, *ohne dass es möglich wäre, im Erziehungssystem schon Sicherheit zu schaffen*“ (ebd.: 72f.; Herv. C.Z.).

## 2.

Was nun die Frage angeht, was das Erziehungssystem (und die Bildungspolitik) dann heute eigentlich *überhaupt* noch mit einer gewissen Sicherheit zu kontrollieren vermögen und worauf sie sich darum nun auch konzentrieren sollten, so liegt die Antwort nach allem Gesagten eigentlich auf der Hand: Es käme offenbar auf eine bewusste Suche und Förderung von Formen der Pädagogik, der Bildung und Ausbildung an, die ganz gezielt auf alle heute unvermeidlich verbleibenden (und *zunehmenden*) Ungewissheiten zu antworten vermögen. Dass vor allem geisteswissenschaftliche ‚Bildung durch Wissenschaft‘ hierfür in Betracht kommt, musste sich im Übergang zur Risikogesellschaft allerdings zunächst auf ganz andere Weise herausstellen. Für den entscheidenden Hinweis sorgte die Wirtschaft – die nun einmal auch von den wachsenden Risiken und Ungewissheiten betroffen, und hinsichtlich der Frage nach dem ‚dazu passenden‘ Personal schließlich zusehends verunsichert war und *darum* dann auch auf Geisteswissenschaftler aufmerksam wurde. Damals wurde dies im Bildungssystem allerdings immerhin noch im Nachhinein registriert:

„[N]och vor zehn Jahren [...] galt es als ausgemacht, dass Geisteswissenschaftler keinerlei Kompetenz zur Lösung ‚harter‘ Alltagsprobleme mitbrachten. Mittlerweile aber [...] ist die Verunsicherung hinsichtlich der geforderten Problemlösungs-Kompetenzen eine so allgemeine geworden, dass man auch außerhalb der Universitäten immer häufiger auf eine Einstellung stößt, die sich durch die Frage charakterisieren ließe: *warum nicht Geisteswissenschaftler?*“ (Gumbrecht 1988: 10; Herv. i. Orig.)

In den 1990er Jahren führte die spürbar zunehmende Nachfrage der Wirtschaft nach Geisteswissenschaftlern dann sogar zu einer zeitweiligen Euphorie. „Irgend etwas ist dabei, sich ziemlich grundsätzlich zu ändern“ – ihm als Motto vorangestellt eröffnete so dann beispielsweise dieser Vilém Flusser entlehene Satz Mitte der 1990er Jahre einen Berufsratgeber (Gallo 1996: 7), der versprach, „Geisteswissenschaftlern Mut zu machen“ (Klappentext). Und in einem anderen Ratgeber aus dieser Zeit findet man sogar die selbstbewusst vorgetragene Überzeugung: „Wir stehen am Beginn einer gesellschaftlichen Neubewertung der Geisteswissenschaften als einer berufsvorbereitenden Ausbildung“ (Adams 1992: 8). Zu dieser Neubewertung ist es, so könnte man sagen, nun zwar auch durch die jüngsten Reformen gekommen – nur das Bewusstsein für das, was den Geisteswissenschaften in der heutigen Lage ih-

re gewissermaßen universell ‚berufsvorbereitende‘ Qualität in Wahrheit hat zuwachsen lassen, war da offenbar schon wieder weitgehend abhanden gekommen.

## VII. Konsequenzen für die Bildungspolitik

Die bildungspolitischen Konsequenzen, die aus der hier dargelegten gesellschaftstheoretischen Perspektive folgen, sind wohl weitgehend bereits deutlich geworden: Dass seit Mitte der 1980er Jahre Geisteswissenschaftler in immer mehr beruflichen Feldern anzutreffen sind, spricht offenbar dafür, dass diese Entwicklung *relativ unabhängig ist* von einer *besonders darauf abzielenden ‚praxisbezogenen‘ Ausbildung* (da es sie in diesem Zeitraum nicht gab). Während Arbeitslosigkeit unter Geisteswissenschaftlern sowie ihre vielfache Beschäftigung weit unterhalb ihrer Qualifikation demnach einfach darauf zurückgehen dürften, dass der Arbeitsmarkt schlicht keine Kapazitäten zur adäquaten Aufnahme aller bietet – und beides auch durch gezielte Reformen geisteswissenschaftlicher Ausbildung also sich *nicht beheben lassen* wird, beziehungsweise: beides wird sich jedenfalls nicht *dadurch* beheben lassen. Dagegen hätte die Fortsetzung (beziehungsweise nun: die Re-Instituierung) einer vornehmlich an ‚Bildung durch Wissenschaft‘ orientierten geisteswissenschaftlichen Ausbildung nicht zuletzt für sich, dass sie mit großer Sicherheit dazu beitrüge, Wirtschaftssystem und Arbeitswelt dann auch noch weiterhin in einer Weise zu verändern, die den Bedarf für ebenso Ausgebildete – stetig und nochmals – vergrößern würde.

Erläuterungsbedürftig allerdings sind nun noch die Konsequenzen, die sich im Hinblick auf jenen ‚Rahmen‘ ergeben, der sich in den letzten Jahrzehnten ‚um‘ geisteswissenschaftliche Bildung ‚herum‘ gebildet hat, beziehungsweise: ‚in den‘ sie in diesem Zeitraum allmählich ‚eingebettet‘ wurde. Es ist dies zudem die Stelle, an der sich aus der vorgestellten Perspektive dann auch noch Verbesserungsvorschläge für eine zukunftsfähige geisteswissenschaftliche Ausbildung ergeben. Die Absolvierung zahlreicher Praktika, das Sich-Ausprobieren in verschiedenen, immer neuen praktischen Tätigkeiten, das selbständige Sich-Vertrautmachen mit immer neuen Berufsprofilen und sich ständig wandelnden Anforderungen heutiger beruflicher Praxis ne-



ben, jenseits und *ganz unabhängig vom universitären Angebot* – man hätte darin demnach künftig nicht mehr nur unfreiwillige, von der prinzipiellen Berufsferne der Geisteswissenschaften *erzwungene* Versuche zur *Kompensation dieser Praxisferne* zu sehen. Offenbar erzielt geisteswissenschaftliche ‚Bildung durch Wissenschaft‘ vielmehr gerade in diesem Rahmen ihren praktischen Wert und gewinnt dieser ‚Eigenwert‘ des modernen Erziehungssystem *gerade in dieser Konstellation* seinen eigentlichen ‚Zukunftswert‘ als Ausbildung.

Entsprechend hätte es künftig dann auch vor allem darum zu gehen, die Voraussetzungen für ein möglichst harmonisches Neben- und Miteinander sozusagen zu verbessern – zwischen dieser und der ‚anderen Säule‘ moderner geisteswissenschaftlicher Ausbildung (der ‚Bildung durch Wissenschaft‘): Es wäre zunächst und vor allem all das abzustellen, was deren möglichst reibungslosem Zusammenspiel und insofern auch einem deutlicheren Erfolg dieses neuen ‚Ausbildungsmodells‘ bislang am offensichtlichsten im Wege stand – wie die notorische Unterbezahlung von Praktika etwa (die zusätzliche ‚Nebenjobs‘ zu einer Notwendigkeit und das Studieren so unnötig kompliziert und langwierig werden ließ). Und auch, was die Einstellung der Universität (der Verwaltung, der Studienordnungen) auf die mit all dem einhergehenden neuartigen ‚Ausbildungsbiographien‘ angeht, so ließe durch Änderungen an dieser Stelle der Erfolg dieses Modells sich ganz sicher – und: mit relativ wenig Aufwand – künftig noch ganz erheblich steigern.

Stattdessen hat man die Geisteswissenschaften nun jedoch erst einmal in ein ganz neues Experiment gezwungen – mit einem Modell, dem man früher mit guten Gründen eigentlich nur in Bezug auf ganz andere, vor allem vergleichsweise überschaubare und unveränderliche Arbeitsmärkte und -welten Erfolge zutraute (in der Ärzte- und in der Juristenausbildung also etwa).

## Literatur

- Adams, Marco Montani*, 1992: Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft. Starthilfen und Aussichten. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Adorno, Theodor W.*, 2006: Theorie der Halbbildung [1959]. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- ANBA*: Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit.
- Beck, Ulrich*, 1986: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich*, 2007: Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Brödel, Rainer* und *Horst Siebert*, 2003: ‚Lerngesellschaft‘ als Zeitdiagnose und als Impuls der Erwachsenenbildung – Einleitung. S. 1-12. In: *dies.* (Hg.), Ansichten zur Lerngesellschaft. Festschrift für Josef Olbrich. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Certeau de, Michel*, 1988: Kunst des Handelns. Übers. Ronald Voullié. Berlin: Merve.
- Corsi, Giancarlo*, 1997: Erziehung. S. 50-52. In: *Claudio Baraldi, Elena Esposito* und *Giancarlo Corsi*, GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gadamer, Hans-Georg*, 1965: Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik. Tübingen: Mohr.
- Gallo, Claudio* (Hg.), 1996: Freie Laufbahn. Berufe für Geisteswissenschaftler, Mannheim: Bollmann.
- Goethe von, Johann Wolfgang*, 1950: Wilhelm Meisters Lehrjahre [7. Buch, 1796], HA Bd. 7. München: Beck.
- Gumbrecht, Hans-Ulrich*, 1988: Der Ort von (ein Ort für) Kreativität. S. 7-12. In: *dies.* (Hg.), Kreativität – ein verbrauchter Begriff? München: Fink.
- Hochschulrektorenkonferenz* (Hg.), 2006: Statistiken zur Hochschulpolitik 2, 2006. Statistische Daten zur Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen. Bonn: HRK.
- Kühler, Larissa*, 2006: Hochschulreform in Deutschland nach amerikanischem Vorbild. Chancen, Möglichkeiten und Grenzen. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Liessmann, Konrad Paul*, 2006: Theorie der Unbildung. Die Irrtümer der Wissensgesellschaft. Wien: Zsolnay.
- Luhmann, Niklas* und *Karl Eberhard Schorr* (Hg.), 1979: Reflexionsprobleme im modernen Erziehungssystem. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Luhmann, Niklas*, 1992a: Kontingenz als Eigenwert der modernen Gesellschaft. S. 93-128. In: *dies.*, Beobachtungen der Moderne. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas*, 1992b: Die Beschreibung der Zukunft. S. 129-147. In: *dies.*, Beobachtungen der Moderne. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas*, 1995: Das Kind als Medium der Erziehung. S. 204-228. In: *dies.*, Soziologische Aufklärung, Bd. 6. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas*, 1997: Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Bde. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Luhmann, Niklas*, 2002: Das Erziehungssystem der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Mollenhauer, Klaus*, 1962: Gesellschaft in pädagogischer Sicht. S. 102-112. In: *Hans-Hermann Grootjohann* (Hg.), Pädagogik. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Nietzsche, Friedrich*, 1980a: Ueber die Zukunft unserer Bildungsanstalten. S. 641-752. In: Friedrich Nietzsche, Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe in 15 Bänden. Hg. von G. Colli und M. Montinari (=KSA). München: deGruyter.
- Nietzsche, Friedrich*, 1980b: Unzeitgemäße Betrachtungen. Zweites Stück: Vom Nutzen und Nachtheil der Historie für das Leben. S. 243-334. In: Friedrich Nietzsche, Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe in 15 Bänden. Hg. von G. Colli und M. Montinari. (=KSA). München: deGruyter.
- Pethes, Nicolas, Jens Ruchatz und Stefan Willer* (Hg.), 2007: Das Beispiel. Epistemologie des Exemplarischen. Berlin: Kadmos.
- Siebert, Hans*, 2002: Der Konstruktivismus als pädagogische Weltanschauung. Entwurf einer konstruktivistischen Didaktik. Frankfurt a.M.: VAS-Verlag.
- Stehr, Nico*, 2003: Das Produktivitätsparadox. S. 77-93. In: *Stefan Böcher und Ingo Schulz-Schaeffer* (Hg.), Wissenschaft in der Wissensgesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Stichweh, Rudolf*, 1982: Ausdifferenzierung der Wissenschaft – Eine Analyse am deutschen Beispiel. Bielefeld: Kleine.
- Stichweh, Rudolf*, 1994: Bildung, Individualität und die kulturelle Legitimität von Spezialisierung. S. 207-227. In: *ders.*, Wissenschaft Universität Professionen. Soziologische Analysen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Wildemann, Horst*, 1988: Das Just-In-Time-Konzept. Produktion und Zulieferung auf Abruf. Frankfurt a.M.: FAZ.
- Winckelmann, Johann Joachim*, 1962: Gedanken über die Nachahmung der Griechischen Werke in der Malerey und Bildhauerkunst [1756]. Baden-Baden: Heitz.

# Berufseinstieg und Karriereplanung für GeisteswissenschaftlerInnen. Eine Trendanalyse der Ratgeberliteratur

*Gunhild Berg*

## 1. Einleitung

Ratgeberliteratur ist auf dem deutschen Buchmarkt kein Mauerblümchen unter den Sachbüchern. Als der deutsche Buchhandel das kombinierte Warensegment „Sachbuch und Ratgeber“ trennte, wurde bis zum dritten Quartal 2007 deutlich, dass der Marktanteil der Ratgeber auch ohne den der Sachbücher sogar der zweitgrößte hinter der Belletristik ist.<sup>1</sup>

Ratgeber fungieren als ‚Lebenshilfe‘. Berufsratgeber wollen Hilfestellung für die Realisierung von Berufswünschen und Erfolgsträumen ihrer Rezipienten geben, von der nicht nur finanzieller und sozialer Status, sondern auch persönliche Erfüllung abhängt. Für Geisteswissenschaftler<sup>2</sup> sind dabei vorrangig Buchtitel wie „Berufs-“ oder „Karriereplanung“ interessant, die versprechen, professionelle Anweisungen zu ihrem „optimalen Berufseinstieg“ und Vorwärtkommen zu geben.<sup>3</sup> Die Praxisauglichkeit der Ratgeber erfordert, dass sie sich besonders sensibel an Entwicklungen auf dem jeweiligen wie am erwarteten Bildungs-, Arbeits- und Informationsmarkt orientieren und daraus Konsequenzen für ihre Kunden ziehen, um Berufe, Berufsbildungswege und ihre Chancen zu bewerten sowie Perspektiven zu eröffnen. Ihr genaues Aufspüren von Tendenzen ist insbesondere angesichts der Dy-

---

1 Vgl. Pressemitteilung der media control GfK vom 08.10.2007 (<http://www.media-control.de/pressemitteilungen/gewinnen-durch-teilen-neue-bestsellerlisten-fuer-ratgeber.html>; visitiert im Oktober 2007).

2 Auf die grammatische Auszeichnung von Feminina wurde verzichtet, doch semantisch ist in verwendeten männlichen Formen die jeweils weibliche gleichberechtigt mitgemeint.

3 Vgl. etwa die Buchtitel von Jüde 1999, Holst 2001, Janson 2007.

namik, mit der sich Welt-, Technologie- und Arbeitsmarkt verändern, in Korrelation mit politischen Maßnahmen und demographischen Thesen erforderlich, die die Halbwertszeit ihrer Ratschläge jäh verkürzen können.

Solche Ratgeber der vergangenen zwanzig Jahre wurden im Rahmen einer sprachwissenschaftlichen Textsortenanalyse untersucht und ausgewertet, um zu eruieren, welche Berufe und Branchen, Schlüsselqualifikationen, Weiterbildungen, Zusatzqualifikationen und andere Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start ins Berufsleben sie nach einem geisteswissenschaftlichen Studium vorschlagen. Die folgende Darstellung kann daraus jedoch nur die wichtigsten Ergebnisse kurz zusammenfassen und muss aus Platzgründen darauf verzichten, den im Rahmen der Expertise geführten empirisch validen Nachweis der Einzeldaten hier mitabzubilden (vgl. dazu Berg 2008).

Ratgeber dürfen nicht als Analysen eines Ist-Zustandes oder als Prophegien rentabler Berufssparten missverstanden werden. Es ist nicht ihre Aufgabe, aus der Kristallkugel der aktuellen Arbeitsmarktstatistiken zukünftige Entwicklungen vorherzusagen. Sie übernehmen lediglich eine Orientierungsfunktion für ihre Klientel. Individuelle Initiative und Qualifikation sind für den Erfolg des Einzelnen unerlässlich. Es kann also im Folgenden nicht darum gehen, Empfehlungen, die die Ratgeberliteratur angesichts wirtschaftlicher und sozialpolitischer Entwicklungen seit den 1990er Jahren gegeben hat, vom heutigen Stand aus mit aktuellen Arbeitsmarktdaten rückblickend zu korrigieren. Denn die Funktion der Textsorte besteht nicht in der Diagnose, sondern in der auf den Einzelfall anwendungsfähigen Therapie. Demzufolge gilt es zu beachten, dass die Ergebnisse der Expertise keine tatsächlichen ökonomischen Verläufe nachzeichnen, sondern die Geschichte historischer Erwartungen widerspiegeln.

Dass es Ratgeber gibt, indiziert bereits einen gesellschaftlichen Bedarf: Sie reflektieren eine angenommene oder tatsächliche Rat- und Orientierungslosigkeit ihrer Zielgruppe. Sie vermitteln zwischen der berufspolitischen Realitätsnähe ihrer Datenbasis einerseits und Gerüchten, oft diffusen und selten rational begründbaren Befindlichkeiten, unspezifischen und ganz konkreten Zukunftsängsten ihrer Rezipienten andererseits. Sie stellen Berufsbilder anhand von Tätigkeiten, Einsatzorten, Qualifikationsanforderungen, Gehaltserwartungen, Aufstiegschancen usw. vor. Realistisch ist das von ihnen gezeichnete Bild, da sie Kriterien verschiedener Art korrelieren: Die Perspektivenwechsel zwischen den ‚Normalverläufen‘ geisteswissenschaftlicher Hoch-

schulbildung, Erfahrungen von Studierenden/Absolventen und Erwartungen potenzieller Arbeitgeber projizieren tiefenscharfe ‚Berufsbilder‘ in möglichen Arbeitsfeldern.

Indem Ratgeber mithilfe dieser Standortwechsel Merkmale von Berufen eruieren und transportieren, vermitteln sie gesellschaftlich gesetzte Erwartungen, also normatives Wissen und Soll-Vorgaben. Als Ratgeber können sie selbstverständlich keinen Erfolg garantieren, der von vielerlei unwägbaren individuellen, aktuellen wie zukünftigen sozialen, ökonomischen oder politischen Variablen abhängig ist. Doch aus der Sicht des Lesers, aus seiner Käuferwartung heraus, transportieren Ratgeber jeder Art immer auch ein unausgesprochenes Versprechen: Sie nähren die Hoffnung, sich durch Anpassung an die von ihnen genannten Vorgaben in die Berufswelt und damit auch in die Gesellschaft harmonisch und erfolgreich zu integrieren.

## 2. Die Textsorte Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler (1988-2007)

Das Untersuchungskorpus bestand aus auf dem deutschen Buchmarkt erhältlichen Berufsratgebern der vergangenen zwanzig Jahre, die sich explizit nur an Geistes- oder an Geistes- und Sozialwissenschaftler gleichermaßen wenden.<sup>4</sup> Unberücksichtigt blieben deshalb generalisierende wie hoch spezialisierte Ratgeber, die (1) sich mit der Studien- oder Berufswahl *vor* oder unabhängig von einem Studium beschäftigen; (2) den Berufseinstieg aller Hochschulabsolventen befördern wollen (z.B. Hibschi 1996, Begemann 2001); (3) sich auf einzelne geisteswissenschaftliche Disziplinen oder Berufe konzen-

---

4 Das engere Textkorpus bestand aus folgenden Monographien: Behrend et al. 1988, Bönisch 1991, Bolduan, Kappei 1998, Jude 1999, Holst 2001, Ziehm 2003, Janson 2007, Daniel 2007. Für einzelne Analysedimensionen wurden ergänzend hinzugezogen: Montani Adams (Hg.) 1991, Gallio (Hg.) 1995. – Vgl. zur Erstellung des Korpus ausführlich Berg 2008.

trieren (z.B. Rühl 2004);<sup>5</sup> (4) sich an nicht-graduierte Geisteswissenschaftler (Quereinsteiger, Studienabbrecher) wenden (z.B. Hennig, Kunkel 2003, Glaubitz 2001); (5) speziell Frauen ansprechen (z.B. Vollmer 1998).

## 2.1 *Inhaltliche Merkmale*

### 2.1.1 Ziele und Zielgruppe

Berufsratgeber bestehen nicht nur aus der Erklärung von Berufsbildern, ihrer Anforderungen und Perspektiven, vielmehr sind sie eine Art ‚Rundum‘- oder Kompakt-Planer mit weiteren fakultativen Inhalten unterschiedlichen Umfangs und entsprechend divergenten Gewichtungen. So offerieren sie neben vielen anderen Details oft auch eine kurze Ist-Analyse des Arbeitsmarktes, Hinweise zu Studienabschluss, Nebenjobs, Examensarbeit, Zusatzqualifikationen, Weiterbildungen, Aufbau- oder Ergänzungsstudiengängen und deren Finanzierung, zu den verschiedenen schriftlichen und mündlichen Abschnitten von Bewerbungsverfahren, zum Verhalten während Praktika und im Berufseinstieg, zu Lohn-, Gehalts- oder Arbeitsvertragsverhandlungen.

Die Ratgeber für den Berufseinstieg richten sich an Examenskandidaten oder Absolventen, deshalb fallen Ratschläge zum Studium überwiegend kurz aus oder gar weg (Ausnahme: Jude 1999: 18ff.). Selten sind geschlechtsspezifische Aussagen über Berufsaussichten. Allenfalls vereinzelt und eher beiläufig werden die (als schlechter bewerteten) Karrierechancen von Frauen kommentiert (z.B. Behrend et al. 1988: 13f.). Nicht differenziert werden die Prognosen nach den einzelnen Disziplinen. Diese egalitäre Darstellung mag zum einen in der gesellschaftlichen Wahrnehmung der Geisteswissenschaftler als ‚Berufs‘-Gruppe gegründet sein, zum anderen in der für Magisterstudiengänge freien Fächerkombination, die sich in ihrer Vielfalt kaum adäquat abbilden und ausloten ließe.

---

5 Nicht berücksichtigt wurde deshalb die von der Bundesagentur für Arbeit publizierte Loseblattsammlung „Blätter zur Berufskunde“, in der jeder Titel einen speziellen Beruf isoliert. Zudem ist sie mit den am Buchmarkt erhältlichen Produkten nicht vergleichbar, da sie nicht kommerziellen Interessen und folglich nicht denselben Produktions- und Distributionsbedingungen unterliegt. Die digitalisierte und dem Internet adäquate Aufbereitung der bis 2001 gedruckt erschienenen „Blätter“ stellt das Berufsinformationsprogramm (<http://www.berufenet.de>) dar.

### 2.1.2 Analyse des Arbeitsmarkts für Geisteswissenschaftler

Zwar an exponierter Stelle (Vorworte, Textanfang), doch anteilig vergleichsweise marginal diskutieren Ratgeber die Lage für Geisteswissenschaftler auf dem jeweils aktuellen Arbeitsmarkt.<sup>6</sup> Ratgeber geben sich meist politisch, ideologisch und kommerziell neutral und halten sich in Bewertungen zurück.<sup>7</sup> Doch der allgemeine Tenor gesteht ein, dass die Arbeitsmarktsituation nicht „erfreulich“ (Bolduan, Kappei 1998: 18) oder „nicht rosig“ sei (Janson 2007: 7); daran hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren nichts geändert. Solche Formulierungen aber sind kein Verkaufstrick, der die Lage perhorresziert, um das Ratgeben zu legitimieren. Denn die gewählte Rhetorik umschreibt das Arbeitsplatzproblem für Geisteswissenschaftler euphemistisch: Ratgeber legen das statistische Beweismaterial nicht negativ, sondern gleich bleibend positiv aus.<sup>8</sup> Dennoch wird ein grundsätzlicher Stimmungswandel von den späten 1980er Jahren bis in die Gegenwart greifbar:

Die positiven Effekte des Programms „Student und Arbeitsmarkt“, die Behrend et al. vorführen (1988: 7f., 31f.), begründen ihre Zuversicht, dass trotz des für Geisteswissenschaftler besonders hohen Beschäftigungsrisikos (ebd.: 29) infolge der „Hochschulexpansion“ und der restriktiven Personalpolitik im öffentlichen Dienst (ebd.: 10) eine „Massenarbeitslosigkeit unter Akademikern“ wegen des steigenden Bedarfs an Höherqualifizierten nicht zu befürchten sei (33). Gefordert wird von der Problemgruppe erst nur die Bereitschaft, zukünftig auf traditionelle Privilegien, studiennahe Tätigkeiten, höhere Einkommen und soziale Besserstellung beim Berufseintritt zu verzichten (ebd.).

Zwiespältig ist die Situation, die Jüde (1999) zeichnet: Den Rückgang der Arbeitslosenquote konterkarieren die „unsicheren Arbeitsverhältnisse“ von Geisteswissenschaftlern, die häufig von unterbezahlten und/oder befristeten Anstellungen oder Freiberuflichkeit betroffen sind. Um die schon längst

---

6 Ausführlich aber Behrend et al. 1988: 9ff.

7 Vgl. dazu programmatisch ebd.: 7. – Aus dieser angestrebten Neutralität sticht nur Jüde 1999 mit kommerziellen Anzeigen und verdeckter Werbung u.a. für private Weiterbildungsträger heraus.

8 So wird die Statistik, dass Geisteswissenschaftler mit 6 % Arbeitslosigkeit nur 2 % über der Durchschnittsarbeitslosigkeit für alle Akademikerguppen lägen, wiederholt optimistisch kommentiert (Jüde 1999: 65, Janson 2007: 77).



nicht mehr ausreichenden Stellen konkurrierten Magister und Lehrer. Jüde meint, dass es nun aber mit Berufsalternativen in der Wirtschaft „viel besser“ aussehe (ebd.: 65f.). Dagegen stellen Bolduan und Kappei (1998) fest: „Der Personalchef, der Mitte der achtziger Jahre noch Magister einstellte, verzichtete spätestens seit Ende der neunziger wieder darauf.“ (ebd.: 122).

Wie sehr sich die Situation aus der Sicht der Ratgeber 2007 verschlechtert hat, wird deutlich, wenn Janson (2007: 77) explizit die „schlechte Arbeitsmarktlage“ für Geisteswissenschaftler eingesteht. Denn in „wirtschaftlich schlechteren Zeiten“ gerieten auch die Unternehmen „unter Druck“ und erlaubten sich „weniger Freiräume für ‚Experimente‘“ (ebd.: 80) mit ungelerten Geisteswissenschaftlern. Dennoch sieht Janson „durchaus“ eine Chance für ihre Klientel, da der „momentane gesellschaftliche Umbruch“ alte Berufsbilder stark verändere (ebd.: 78). Eine pessimistische Gesellschaftsdiagnose: „Erkennbar gering schätzt die deutsche Gesellschaft augenscheinlich derzeit ihre Akademiker, wohl gleichermaßen aus politischen, historischen und ökonomischen Gründen“, leistet allein Daniel (2007: 27).

### 2.1.3 Schlüsselqualifikationen

In den späten 1980er Jahren thematisieren Ratgeber „Schlüsselqualifikationen“ (Soft Skills), die die Aufmerksamkeit der Wirtschaftsunternehmen auf die Vorzüge von geistes- und sozialwissenschaftlichen Arbeitsuchenden lenken sollen (Bönisch 1991: 12ff.). Aber auch den Jobbewerbern müssen diese oft nicht zertifizierungsfähigen Qualifikationen erst einmal erklärt und verdeutlicht werden. Die Ausführungen der Ratgeber darüber haben rationale und emotive Funktionen: Sie sind Argumentationshilfe gegenüber Konkurrenten und stärken das Selbstbewusstsein des Ratsuchenden. Der Erklärungsbedarf (für potenzielle Arbeitnehmer wie -geber) zeigt sich darin, dass Skills um 1990 mehr als 10 % am Gesamttext der Ratgeber einnehmen (Behrend et al. 1988, Bönisch 1991).<sup>9</sup> Erst in jüngster Zeit werden Skills nicht mehr eigenständig, sondern zusammen mit anderen berufsqualifizierenden Aspekten erörtert.

---

9 Zu diesen und allen weiteren quantitativen Angaben vgl. im Detail wiederum Berg 2008.

Die Häufigkeitsanalyse von Skill-Nennungen zeigte, dass Geisteswissenschaftler neben charakterlichen v.a. über kognitive Fähigkeiten verfügen (sollten). Für das Persönlichkeitsprofil werden am häufigsten, und zwar in steigendem Maße, Leistungswillen und Selbstmotivation angemahnt (insg. 11 Mal). Ähnlich häufig wird Selbstständigkeit in Arbeitsorganisation und -erledigung erwartet. Dahinter rangieren fast gleichauf Flexibilität und Lernbereitschaft. Qualitäten, die charakterliche wie mentale Belastbarkeit ausmachen, wie etwa Stressresistenz, Durchhaltevermögen, Beharrlichkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungsbewusstsein und Zuverlässigkeit, werden weit häufiger gefordert als Eigeninitiative und Zielstrebigkeit. Nur selten genannt werden überregionale Mobilität und Entschlusskraft.

An kognitiven Kompetenzen erwarten die Ratgeber, dass Geisteswissenschaftler Logik und Kreativität gleich stark miteinander kombinieren können (insg. je 12 Mal). Chronologisch betrachtet nimmt dabei der Wunsch nach kreativer Innovativität ab, während der nach logischem, abstrahierendem und systematisierendem Denkvermögen wächst. Außerdem legen Ratgeber Wert auf das so genannte vernetzte Denken. Es fällt auf, dass das Handwerkszeug der Geisteswissenschaftler, die Fähigkeit zur „Symbolanalyse“, aber v.a. ihr soziales, ökologisches, ethisches, kurz: humanistisches Wertedenken, das für die Ratgeber um 1990 angesichts zukünftiger Aufgaben von zentralem Stellenwert für deren Beschäftigungsoption in der Wirtschaft war (Behrend et al. 1988: 78, 84, 88; Bönisch 1991: 4, 14), mittlerweile nur noch selten erwähnt wird. Auch die Fähigkeiten, in Alternativen zu denken, Informationen gegründet zu bewerten und sich schnell in neue Gebiete einarbeiten zu können, geraten zunehmend in Vergessenheit. Dagegen weiterhin von Bedeutung bleiben konzeptionelles Denken und Informationsbeschaffung.

Soziale Kompetenzen werden von den Ratgebern oft nicht spezifiziert, sondern pauschal verlangt (insg. 8 Mal) und nur als Teamfähigkeit konkretisiert (insg. 9 Mal). Mehrheitlich werden Eigenschaften präferiert, die zur Kundenbetreuung unter Wahrung der Unternehmensinteressen nötig erscheinen: Kontaktfreude, Verhandlungsgeschick, zugleich Durchsetzungskraft und Konfliktfähigkeit. Weit abgeschlagen sind interkulturelle und empathische Fähigkeiten. Der jüngste Ratgeber (Daniel 2007) empfiehlt Konkurrenzfähigkeit, Ideologieresistenz und Praxis- bzw. Bürotauglichkeit.

Als kommunikative Kompetenz repetieren alle Ratgeber unisono sprachliche Souveränität (insg. 24 Mal). Worin diese besteht, wird kaum präzisiert;

doch insgesamt wird häufiger auf Präsentationsgeschick als auf Ausdrucks- oder Stilsicherheit gepocht.

#### 2.1.4 Einstiegswege

Ratgeber bemühen sich, qualifizierende Faktoren und Erfolg versprechende Wege in den (Traum-)Beruf aufzuzeigen. Mangelnde Berufserfahrung gilt als größtes Manko der Absolventen. Praxiserfahrung müsse gewonnen werden (insg. 26 Nennungen), und zwar durch Praktika (insg. 16 Nennungen). Damit fordern die untersuchten Ratgeber insgesamt 42 Mal Branchenkenntnisse ein. Darüber hinaus empfehlen sie Praktika weitere 48 Mal als den besten Berufseinstieg. Folglich sind Praktika diejenige Form der Berufsqualifikation, zu der Ratgeber gerade Geisteswissenschaftlern vehement zuraten.

Auch Neben- und Aushilfsjobs sowie freiberufliche Mitarbeit erlauben es, Arbeitgeber für die eigenen Fähigkeiten zu interessieren. Als Wege, fest in ein Unternehmen zu wechseln, erwägen Ratgeber um 2000 befristete Verträge, nach 2000 aber nicht mehr ABM, gegenwärtig die Anstellung bei Zeitarbeitsfirmen. Als gangbare Ausbildungswege werden Volontariate und Referendariate immer noch dreimal häufiger avisiert als Trainee-Programme der Wirtschaft.

Ähnlich wichtig wie Branchenkenntnisse seien Kontakte zu potenziellen Arbeitgebern. Als Networking sowie als Beweis für soziales Engagement dient die meist ehrenamtliche Arbeit in Vereinen, Organisationen, Studentenvertretungen u.Ä. Ebenfalls fast unverzichtbar ist Auslandserfahrung. Demgegenüber verlieren kurze Studiendauer, wirtschaftsbezogene Examensarbeit und überhaupt eine gute Examensnote an Bedeutung, denn alle drei Faktoren werden in neueren Ratgebern keiner Erwähnung mehr gewürdigt.

#### 2.1.5 Weiterbildungen und Zusatzqualifikationen

Neue Bedeutung erlangen theorielastige bzw. studiennahe und praxisferne Formen zusätzlicher Ausbildung. In den jüngeren Ratgebern gewinnen Aufbau- und Ergänzungsstudiengänge nach ihrer Etablierung in den 1990er Jahren (Konegen-Grenier 1997: 11) wieder an Konjunktur (insg. 26 Nennungen, v.a. bei Jüde 1999, Janson 2007). Auch kürzerfristige Fortbildungen, Kurse oder Schulungen werden angeraten (insg. 16 Mal). Pädagogische Zusatzausbildungen und der Master of Business Administration werden dabei am häu-

figsten als konkrete Ziele genannt. Drei Mal wird zur Promotion angeraten – ebenso oft wie zur Umschulung.

Unerlässlich finden alle Ratgeber Kenntnisse in EDV und IT (insg. 21 Nennungen). Eigens Erwähnung findet, dass der moderne Geisteswissenschaftler mit den gängigen PC-Programmen (v.a. zur Textverarbeitung und Präsentation) umzugehen verstehen müsse. Am zweit- und dritthäufigsten werden BWL- und Fremdsprachen-, insbesondere Englisch-Kenntnisse gefordert. Statistik- und juristisches Wissen sowie Maschineschreiben/Stenografie werden nur vereinzelt als berufsqualifizierend benannt.

## 2.2 Strukturelle Merkmale

### 2.2.1 Checklisten

Im Gefolge der modernen Daten verarbeitenden Technologien verändern sich die gedruckten Ratgeber seit den 1980er Jahren mikrostrukturell und graphisch. Denn ihre verlegerische Nähe zu Lehrbüchern schlägt sich sowohl in der didaktischen Aufbereitung als auch gestalterisch nieder. Die meisten Ratgeber kommen nicht ohne starke Paragraphierung, graphische Markierungen, hervorgehobene Merksätze („Tipps“), Verweise („Literatur“, „Links“ etc.), lebhaft alternierende Darstellungsweisen (Interview, Abhandlung, Zusammenfassung, Adresslisten, Grafiken) und einen Übungs- oder Aufgabenteil für ihre ‚Schüler‘ aus. So genannte „Checklisten“ nehmen immer breiteren, oft mit leeren Zeilen oder Kästchen gefüllten Raum ein, in dem der Leser selbst arbeiten und das Gelesene auf sich anwenden kann.<sup>10</sup> Der Autor wirkt auf seinen Schützling mithilfe dieser ‚interaktiven‘ Lehr- und Darstellungskonzeptionen zum einen appellativ ein, indem er ihn direkt anspricht, zum anderen befördert er dessen Eigenaktivität, indem er sie vorstrukturiert.

### 2.2.2 Berufliche Fallbeispiele

Die Ratgeber verwenden kaum mehr Darstellungsmuster, in denen erwartbare Stationen in einer Karriere mit einem Arbeitsplatz, seinem Tätigkeits- und

---

10 So schon bei Behrend et al. 1988: 97, 124f.; Hibsich 1996: 68f., 129, 130f. u.ö.; Jude 1999: 30; Begemann 2001: 196, 255f., 288 u.ö.; Janson 2007: 53f. u.ö. Besonders ausgeprägt bei Holst 2001: 49 u.ö.; Glaubitz 2001: 157; Hennig, Kunkel 2003: 124ff.

Verantwortungsbereich einschließlich professioneller und sozialer Umfeldmerkmale, finanzieller Perspektiven und Einstiegsprognosen beschrieben werden.<sup>11</sup> Die auffälligste strukturelle Neuerung im Untersuchungszeitraum ist, dass vermehrt beruflich erfolgreiche Geisteswissenschaftler in den Ratgebern zu Wort kommen. Vorbildlich dafür scheinen zum einen die universitären Zusatzangebote zur „Berufsfelderkundung“ zu sein (Meyer-Althoff in Berghahn 1995, Schmidt 1992), zum anderen die Sammelbände, die sich als Vordenker einer neuen Beschäftigungsallianz zwischen Geisteswissenschaftlern und Unternehmern verstanden (Adams 1991: 10; Gallio 1995).<sup>12</sup> Fallbeispiele fließen seit den späten 1990er Jahren in wachsender Anzahl in die Ratgeber ein (vgl. Tabelle 1-3). Um 2000 illustrieren sie v.a. die neuen Job-Kapazitäten der Neuen Medien und des Internets (Holst 2001: 66ff.). Während die Anzahl der vorgeschlagenen Berufe in den vergangenen zehn Jahren rapide sinkt, steigt der Anteil von Fallbeispielen auf bis zu 12 % am Gesamtumfang der einzelnen Ratgeber-Texte (Bolduan, Kappei 1998, Jüde 1999).

Erfahrungsberichte erfüllen mehrere Funktionen: Sie veranschaulichen den Inhalt durch die Personifikation eines Problems oder Lösungswegs; sie suggerieren Authentizität des Dargestellten; sie motivieren den Leser mit Identifizierungsangeboten; sie fundieren als empirische Basis die Realitätsnähe der Ratschläge; sie verifizieren die Richtigkeit des gegebenen Rats und bestärken damit als ‚unparteiische Stimme‘ unausgesprochen auch die Kompetenz und Autorität des Ratgeber(-Autor)s; sie sorgen durch einen Sprecherwechsel, meist von der dritten in die erste Person Singular oder Plural, für Abwechslung in der Darstellungsweise; sie bieten mit Fotografien der Betroffenen graphische Auflockerung (z.B. Jüde 1999, Rühl 2004) und nicht zuletzt füllen sie viele Seiten. So besteht eine eigene Buchreihe zu „Berufswahl und Studium“ fast ausschließlich daraus (Lexika-Verlag Würzburg). Nur in Einzelfällen begnügt man sich mit selbst erfundenen (Janson 2007: 41) oder anonymisierten Fallbeispielen (Henning 2000).

Die Beliebtheit der Fallbeispiele in Ratgebern geht so weit, dass Geisteswissenschaftler, die erfolgreich selbstständig tätig sind, auch in den Ratgebern Karriere machen können. Solche beruflichen Vorbilder werden in ver-

---

11 Dieses ‚klassische‘ Textsortenmodell repräsentierten die „Blätter zur Berufskunde“.

12 Zur Illustration dessen ist Gallio 1995 in den Tabellen 1-3 mit abgebildet.

schiedenen Ratgebern befragt (Heike Drummer, Jutta Zwilling in Berger 2002: 125ff. und Rühl 2004: 100f.). Ihre Interviews dienen nicht zuletzt als PR-Arbeit, wenn etwa der Lektor desjenigen Verlages über sich berichtet, der eben diesen Ratgeber herausgibt (Rühl 2004: 112ff.).

Diese Wiederholungen entlarven die Problematik der Erfolg verheißenden Fallbeispiele: Sie stehen für eher exotische als für exemplarische Karrierewege. Denn für den Leser haben sie den Nachteil, dass sie von selten imitierbaren Kombinationen aus Ausbildungen und Erfahrungen bestehen, deren Happyend von Ort, Zeit und Zufall begünstigt ist. Das seit den späten 1990er Jahren gehäufte Auftreten von Beispielen in den Ratgebern indiziert deren Tendenz, immer weniger zu verallgemeinerbaren Berufs- und Karrierewegen anleiten zu können.

### 3. Berufsfelder und berufliche Bildung

Markant verläuft die Entwicklung der untersuchten Ratgeber in der Analyse-dimension Berufsfelder, mit der sie die für Käufer zentrale Frage, welche beruflichen Wege sie mit einem geisteswissenschaftlichen Abschluss einschlagen können, beantworten. Die Anteile am Gesamttext, in denen Ratgeber alte und neue Berufsfelder eröffnen, wachsen im Laufe der 1990er Jahre von etwa 25 % auf bis zu mehr als 50 % an, um nach 2000 wieder auf etwa 25 % und in jüngster Zeit auf noch max. 15 % zu fallen (vgl. Abbildung 1).

Statt zum direkten Berufseinstieg nach dem Studium leiten die Ratgeber stark zunehmend zur Verbesserung der Einstiegschancen über Umwege wie Weiterbildungsmaßnahmen, Zusatzausbildungen, Aufbau-, Ergänzungsstudiengänge u.a. Zusatzqualifikationen an, so dass etwa 50 % aller Informationen aus solchen bestehen (Janson 2007).<sup>13</sup>

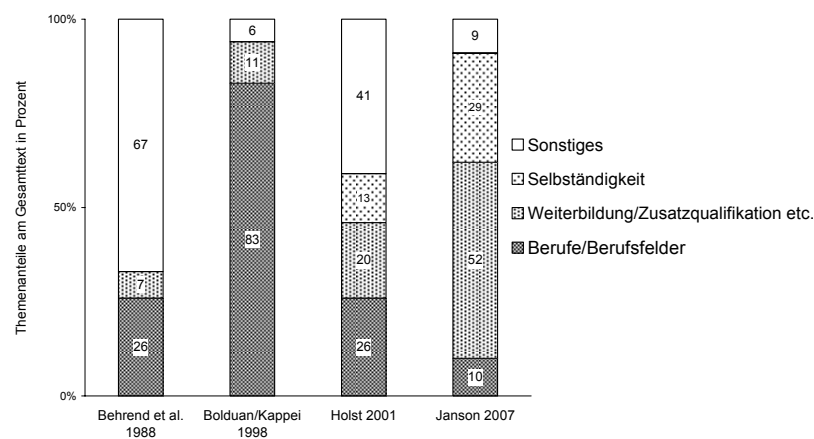
Alternativ dazu empfehlen Ratgeber seit 2000 in steigendem Umfang den Sprung in die Selbständigkeit. Pointiert lässt sich festhalten, dass diejenigen Ratgeber, die sich um das Aufzeigen von Berufsfeldern und -perspektiven bemühen, seltener zu Selbständigkeit raten (Bolduan, Kappei 1998, Jude

---

13 Ein neuerliches Umdenken zeigt hier Daniel an, der jeglichen Berufseinstieg einer theorielastigen Weiterbildung vorzieht (Daniel 2007: 31f.).

1999, Holst 2001, Daniel 2007). Dagegen geben Ratgeber, die bei der freiberuflichen Existenzgründung helfen wollen, nur wenige Tipps dafür, in welchen Berufsfeldern oder Marktnischen sich ihre Kunden etablieren könnten (Ziehm 2003, Janson 2007).

Abbildung 1: Themenstruktur und -anteile ausgewählter Berufsratgeber



### 3.1 Branchenanteile<sup>14</sup>

Die traditionellen Tätigkeiten für Geisteswissenschaftler liegen im Bildungsbereich des öffentlichen Dienstes (an Schulen, Hochschulen usw.), im Kulturbereich an Bibliotheken, Museen, Galerien, Archiven usw., im Journalismus und Verlagswesen. Seit 1990 suchen Ratgeber neues Job-Potenzial in der Privatwirtschaft. So verwendet Behrend et al. 1988 ein Viertel des Gesamttextes auf Berufsoptionen, und zwar ausschließlich in der Wirtschaft.

<sup>14</sup> Der Umfang, den die Ratgeber einzelnen Branchen reservieren, wurde unabhängig von der unten folgenden Häufigkeitsanalyse der innerhalb dieser Branchen erwähnten Berufe untersucht (vgl. Kap. 3.2), da die bloße Berufsnennung nicht mit der Bedeutung, die diesen Berufsfeldern durch ihren Darstellungsumfang beigemessen wird, korrelieren muss. – Zu den numerischen Analyseergebnissen im Einzelnen vgl. wiederum Berg 2008.

Dabei konzentriert er sich v.a. auf die Bereiche Vertrieb/Logistik und Personalentwicklung, außerdem auf EDV/IT und Externe Kommunikation.

In nachfolgenden Ratgebern aber nimmt die Wirtschaft nur noch etwa die Hälfte vorgestellter Berufsfelder ein. Gerade die neuen Wirtschaftsberufe, die um 2000 noch als zukunftssträftig projiziert worden waren, werden seither immer seltener aufgegriffen. Dazu gehören Unternehmensberatung, die fast völlig verschwindet, und der Bereich Externe Kommunikation/PR/Marketing. Angesichts hoher Anfangserwartungen ist besonders der Bereich der Betrieblichen Weiterbildung/Personalentwicklung diesem Abwärtstrend unterworfen.

Seit den späten 1990er Jahre erobern sich neue Branchen Terrain in den Ratgebern: die Multimedia-Produktion und beinahe gleich stark die Politik als Brotgeber durch Arbeit in Verbänden, Parteien oder im Auswärtigen Amt. Deutlich hinzu gewinnt das Kulturmanagement, das den Kultursektor erneut aufwertet. Erst in jüngster Zeit nehmen die ‚klassischen‘ Archiv-, Informations- und Dokumentationsarbeiten wieder breiteren Raum ein – seltener vertort an staatlich geförderten Institutionen als in privaten Unternehmen. Konstant stark vertreten sind die Medien- einschließlich der Verlagsberufe mit meist mehr als einem Viertel und bis zur Hälfte aller vertretenen Branchen.

Exemplarisch kehrt Janson 2007 zu einer traditionellen Verteilung möglicher Berufe für Geisteswissenschaftler und zu deren klassischem Profil zurück, nämlich zu kulturellen, sprachlichen und didaktischen Aufgaben. Der Kulturbereich umfasst hier ein Viertel, darin sind die Aufgaben in Archiv und Verwaltung neben den neueren im Management beinahe gleich gewichtet. Auffällig ist, dass innerhalb des Wirtschafts- wie des Medienbereiches jeweils Sprachdienstleistungen dominieren (Übersetzen, Korrigieren bzw. Technische Dokumentation), die zusammen ein zweites Viertel vorgeschlagener Berufsfelder bilden. Ein drittes Viertel bedienen allein pädagogische Aufgaben, addiert man die außer- wie innerbetriebliche Erwachsenenbildung/Personalentwicklung.



### 3.2 *Einzelne Berufe*

#### 3.2.1 Berufe in Bildung, Kultur und Politik

Der traditionelle Lehrerberuf findet kaum mehr Erwähnung in den Ratgebern (vgl. Tabelle 1). Nicht zuletzt dienen Ratgeber dazu, alternative Berufsmöglichkeiten für Geisteswissenschaftler zu erkunden. Dennoch gelten die Fähigkeiten, professionell auf Wissen zu Zwecken der Dokumentation und Information zuzugreifen und dieses Wissen zu Bildung und Belehrung aufzubereiten, weiterhin als berufstaugliches Können infolge eines geisteswissenschaftlichen Studiums. Daher wird der Einsatz dieses Könnens als Dozent/Lehrer, Bibliothekar, Archivar und Informationsvermittler außerhalb des öffentlichen Dienstes entweder in der Selbständigkeit oder in Wirtschaftsunternehmen (Firmenarchiven u.Ä.) gerade auch in jüngerer Zeit angeraten. Eignigermaßen breit und häufig vertreten sind im Kulturbereich neben dem fest angestellten Museumsmitarbeiter auch der Kulturmanager in öffentlichen oder privaten Diensten.

Recht häufig erwägen die Ratgeber Berufsoptionen in der Politik und die (entgeltliche) Mitarbeit in Organisationen, Vereinen, Verbänden usw. Doch raten sie nicht zu einer Politiker-Karriere, vielmehr eignen sich Geisteswissenschaftler aufgrund der neu an ihnen entdeckten und hoch bewerteten Qualitäten als Autoren und (Kultur-)Manager für Berufe wie Persönlicher oder Wissenschaftlicher Referent und Ghostwriter in Politik und Wirtschaft.

#### 3.2.2 Berufe im Medienbereich

Mit Abstand am häufigsten genannt werden innerhalb des Mediensektors (vgl. Tabelle 2) alle im weiteren Sinne journalistischen Berufe (Redakteur, TV-Producer, „Witzredakteur“ usw.). Deren Erwähnungsquote wird aber dadurch verfälscht, dass seit dem Zuwachs an Neuen Medien um 2000 alle Einzelberufe medienspezifisch mehrfach erwähnt werden (Zeitschriften-, Hörfunk-, TV-, Online-Journalist etc.).<sup>15</sup> Konstant stark vertreten sind auch die Tätigkeiten als Lektor und Übersetzer/Dolmetscher. Deutlich häufiger als noch in den frühen 1990er Jahren genannt wird nun der Beruf des Autors, des-

---

15 Differenziert wurde nach Medien; aber die oft einzeln aufgelisteten ähnlichen Berufe wie Journalist, Reporter, Korrespondent, (Chef-)Redakteur wurden zusammengefasst.

sen Produktpalette sich um Dreh-, Sach-, Fachbücher und (Auto-)Biographien erweiterte.

Ende der 1990er Jahre behandelten die Ratgeber ausführlich neue Berufsfelder im Multimedia- und Internet-Bereich, für die es nicht nur keine Ausbildungswege, sondern auch keine oder nur „verwirrende“ (Jüde 1999: 97) Berufsbezeichnungen gab. In der Multimedia-Branche könne man als Producer, Konzeptioner, Texter etc. arbeiten. Auch die fortschreitende Verbreitung des Internets berge neue Berufe, denen Holst 2001 eine eigenes „Special“-Kapitel widmet. Zwar nennt er darin nur Webdesigner, Webtutoren (Online-Learning) und Community-Betreuer, doch nehmen diese drei Berufe ein Siebtel des Raumes aller vorgestellten Branchen ein (Holst 2001: 62f., 66ff.). Im Unterschied zu solchen Internet-Berufen hält der Boom der Neuen-Medien-Berufe in den Ratgebern auch nach 2000 noch an.

### 3.2.3 Wirtschaftsberufe

Die meisten Berufe für Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft werden in den Bereichen Personalentwicklung und Externe Kommunikation ausgewiesen (vgl. Tabelle 3). Fasst man die Berufe in der Werbung (PR, Marketing) und in der (nicht nur betrieblichen) Erwachsenenbildung zusammen, erhält man die Spitzenplätze unter den von den Ratgebern generell am häufigsten vorgeschlagenen Berufen, denen dichtauf die journalistischen und publizistischen Berufe folgen. Im PR- und Marketing-Bereich gehören dazu in etwa gleichen Anteilen die Pressesprecher, Marketingbeauftragten u.Ä., die für die Externe Kommunikation im Unternehmen angestellt sind, sowie die PR-Berater, Event-Manager, Promoter usw., die für unabhängige PR-Agenturen arbeiten. Gleich häufig werden didaktische Tätigkeiten in der Betrieblichen Weiterbildung, zu denen Persönlichkeits-, Karriere-, Kommunikations- und Team-Trainer zählen, und in der Erwachsenenbildung, v.a. als Fremdsprachen- und Rhetorik-Lehrer, aber auch als Seminar-Organisator und -Moderator aufgezählt (vgl. Tabelle 1 und 3).

Tabelle 1: Auswahl der am häufigsten genannten Berufe in Bildung, Kultur und Politik

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed. 1996	Bolduan, Kappeler 1998	Jude 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
<b>Bildung</b>									
Lehrer	x							x	
Universitätsdozent							x		x
(selbst.) Nachhilfelehrer				x			x	x	
Erwachsenenbildung im Allg.						x	x	x	xx
(Fremd-)Sprachenlehrer	x			xx	xx	x	x	xx	x
Kommunikationstrainer							xx		
Sonstige: Coaching, Esoterik, Gesundheitsausbildung, Ahnenforschung, Relocation- Manager, Einrichtungsberater, Yoga-Lehrer etc.					x	xx	xx	xx	xx
Seminar-Organisation/ -Leitung/-Moderation			XX	xx		xx			xx
Reiseleiter							xx		x
<b>Kultur</b>									
Bibliothekar				x				x	x
Archivar				x				x	xx
Info- u. Doku-Wesen								xx	x
Museumsmitarb./Kurator			X	x	xx	xx		X	xx
Kulturmanager			X	xx	xx	xx	xx	xx	x
Fundraising					x				
Kunsthandel/-versicherung					x	x			
Design-Manager					x	x			
<b>Politik</b>									
Mitarbeit in (Int.) Org./Vereinen/ Verbänden etc.				xx	X	x	xx		xx
Persönl. Referent/Ghostwriter			XX	xx		xx	xx		
Auswärtiger Dienst/ Entwicklungspolitik					xx	x			

Legende: x Einmalnennung eines Berufs  
 xx Mehrfachnennung eines Berufs  
 X Nennung eines Berufs in Form eines Fallbeispiels  
 XX Mehrfachnennung in Form mehrerer Fallbeispiele

Tabelle 2: Auswahl der am häufigsten genannten Berufe im Medienbereich

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed. 1996	Bolduan, Kappei 1998	Jüde 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
<b>Medien/Publizistik</b>									
Print-Journalist/-Reporter/-Redakteur			X X	xx X	xx X	xx X	xx	xx X	xx
Hörfunk-Journalist/-Redakteur			X	xx	x	x			x
TV-Journalist/-Redakteur			X	xx	x	x			x
TV-Produzent/-Redakteur			X	x	X			x	
Redakteur Casting/Witz/Unterhaltung etc.				xx xx	xx				
Online-Journalist/-Redakteur				xx	xx	x		xx	
Bild-Journalist/-Redakteur				xx		x			
Moderator				xx		x		x	
Lektor			X	xX	x	x	xx		x
sonst. Verlagsabt. (Recht, PR, Finanzen, Vertrieb etc.)			X	xx	x				xx
Anzeigen-Vertrieb					X				
Autor (Sach-, Fach-, Drehbücher, Biographien etc.)			X X	x	xx	xx	xx X	x	
Literaturagent			X	x		x	x		
Literatur-/Kulturkritiker				xx			x		
Korrektor				x		x	x		
Übersetzer		x	X	xx	x	xx	x	xX X	
Dolmetscher					x		x	x	
Musikindustrie					x				
Multimedia-Producer/-Konzeptioner/- Texter etc.				xx	xx X X	xx		xx	xx
<b>Internet</b>									x
Webdesigner						xx		x	
Online-Learning/Web-Tutor						xx	x		
Community-Betreuer/Veranstaltungsmag.						xx X	x		

**Legende:** x Einmalnennung eines Berufs  
 xx Mehrfachnennung eines Berufs  
 X Nennung eines Berufs in Form eines Fallbeispiels  
 XX Mehrfachnennung in Form mehrerer Fallbeispiele

Tabelle 3: Auswahl der am häufigsten genannten Berufe in der Wirtschaft

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed 1996	Bolduan, Kappel 1998	Jüde 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
<b>Wirtschaft</b>									
Assistent/Referent d. Geschäftsleitung		x		X				x	
Mitarb./Leiter Produktion oder Einkauf	Xx	xx							
Sachbearb. Finanzen		x							
Vertrieb/Verkauf/Vertreter, inkl. Online-Handel	X	xx			xx	xx	xx X	x	x
Export/Berater Auslandsinvestition	Xx	x			xX	x	x		
Logistik	X	xx S			x				
DV/EDV-Systemwartung/-planung/IT	Xx	xx			xx X	xx			
Computerlinguist								xX	
Technischer Redakteur/Texter	Xx	xx			xX			xx X	
Unternehmensberater				x	xX	x	xX	x	
Info-Broker/Wissensmanager		xx	X	x	xX	xx	xx	x	
Kundenbetreuer/Reklamation	X	x		x				x	
Mitarb./Leiter Callcenter								xx	x
Personalentwicklung/ Betriebliche Weiterbildung im Allg.	X	x	X		xx XX	xx	xx	Xx	x
Personality-/Karriere-Berater, Teamtrainer, Rhetorik/Kommunikation			X		xx	xx	X		
Manager-Trainer				x	x	Xx	x		
Betriebssport-Organisator	X								
Personalrekrutierung	X	xx		X	x	xx		x	
Personalwesen/-verwaltung (Sachbearb. Lohn)	X					xx		x	
<b>Interne Kommunikation</b>						x			
Betriebs-/Mitarbeiterzeitung	X			xX	xX				
Business-TV/Intranet					xx	xx			
<b>Externe Kommunikation</b>									
PR-/Öffentlichkeitsarbeit, Pressesprecher		xx	XX	xx X	xx	xx X		x	
Marketing, Werbung	X	xx	X	X	xX X	x		xx	x

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed 1996	Bolduan, Kappel 1998	Jude 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
Kontakter				x					x x
Marktforscher	X	S	X	S	S	x	xX		
Trendscout						xx			
PR-Berater			X	XX	X		X		
Event-Manager/Sponsoring/ Direktmarketing/Promotion				xx	xx X	xx			
(Werbe-)Texter			X	x	x	x	x	xX	x
Producer/Werbemanager				xx		x			x
Grafiker/Art-Buyer				x	x				

Legende: x Einmalnennung eines Berufs  
 xx Mehrfachnennung eines Berufs  
 X Nennung eines Berufs in Form eines Fallbeispiels  
 XX Mehrfachnennung in Form mehrerer Fallbeispiele  
 S Nennung eines Berufs für Sozial- und nicht für Geisteswissenschaftler

Einen Sonderfall unter den Ratgebern stellt in dieser Analysedimension Ziehm (2003) dar, die ausschließlich Berufe für Selbständige abhandelt und dafür einige „Geschäftsideen“ anbietet. Gehäuft verbreitet dieser Ratgeber daher Ideen zur selbständigen Arbeit als Dozent oder Autor. Er schlägt z.B. vor, Autor von Reiseführern, Fach- und Sachbüchern, ‚Auto‘-Biographien von Prominenten oder Ghostwriter für Manager und Politiker zu werden, eine Yoga-Schule zu gründen, Kurse in Ahnenforschung und Trainings für Auswanderer anzubieten, als Relocation-Manager, der Zugereisten bei der Orientierung an ihrem neuen Wohnort hilft, als Einrichtungsberater oder TV-Experte zu arbeiten (Ziehm 2003: 46f., 49f.). Die kreativen Vorschläge dieser Ratgeber-Autorin erscheinen ungewöhnlich, doch sind sie, wenn auch seltener, durchaus im Horizont der übrigen Ratgeber vertreten.<sup>16</sup> Die Perspektiven

<sup>16</sup> Sehr ähnliche Tätigkeiten wurden (wie beim Beruf „Journalist“) hier analytisch zusammengefasst.

für selbständige Reiseleiter, Kulturmanager, Info-Broker und Personalmanager ähneln denen für fest angestellte Kollegen.

Entwürfe, etwa als Literaturagent, Literaturkritiker, in der Musikindustrie, im Anzeigenvertrieb, für Kunsthandel und -versicherung, als Bildschirmdesigner, Design-Manager oder Trendscout seinen Lebensunterhalt zu verdienen, die um 2000 progredieren, setzen sich insofern nicht durch, als jüngere Ratgeber diese Berufsvorschläge nicht mehr übernehmen. Die jüngsten Ratgeber überlassen viele der vormals innovativen Berufe insbesondere in der EDV- und IT-Branche, für die es in den 1990er Jahren nicht genug qualifizierte Arbeitskräfte gab, heute wieder den Spezialisten.

Ähnlich ergeht es Manager-Trainern und Marktforschern (ohnehin zu- meist nur für Sozialwissenschaftler vorgesehen), aber auch den Mitarbeitern in der Internen Kommunikation, an Betriebszeitungen, Intranet und Business-TV. Die um 1990 avisierten Einsatzmöglichkeiten von Geisteswissenschaftlern in der Logistik, Einkaufs- und Produktionsleitung oder in der Betriebs-sport-Organisation von Wirtschaftsunternehmen werden nicht mehr aufgegriffen. Doch weiterhin angeraten werden, alternativ zu derartigen Tätigkeiten innerhalb von Unternehmen, die selbständigen Varianten des Handels, etwa als Franchise-Unternehmer oder Online-Händler.

In summa weniger häufig als diese für Geisteswissenschaftler überwiegend neuen Berufe werden die ‚klassischen‘ veränderungsresistenten und deshalb in ihrer Bezeichnung modifikationsarmen Berufe genannt wie Bibliothekar, Archivar, Informations- und Dokumentationsfachmann, Museumsmitarbeiter, Übersetzer, Dolmetscher, Technischer Dokumentator und Lektor.

Festzuhalten bleibt, dass Ratgeber in langer Sicht betrachtet nach wie vor kommunikationsstarke Berufe im Bildungs-, Werbe- und im Medienbereich empfehlen, die sie um Berufe in den Neuen Medien ergänzt haben. Doch in jüngster Zeit konnten sie das Berufespektrum für Geisteswissenschaftler nicht erweitern. Gegenwärtig werden keine neuen alternativen Berufsoptionen aufgezeigt.

#### 4. Resümee

Geisteswissenschaftler verfügen nicht über eine Ausbildung, die auf einen bestimmten Beruf vorbereitet. Im Gegenteil, das berufsferne Studium wird eher als „qualifikatorischer Umweg“ in Wirtschaftsberufe und „Wettbewerbsnachteil“ gegenüber Fachkollegen angesehen (Falk 1991: 87). Doch die Ratgeber der 1990er Jahre wollen ihre Klienten ermutigen. Mit Schlüsselqualifikationen (Soft Skills) würden Geisteswissenschaftler zu „Generalisten“ (Bönisch 1991: 38) und „flexiblen Allroundern“ (Butz et al. 1997), also beinahe universal und auch in der Wirtschaft einsetzbar. Sie sind für alle Arbeiten, aber für keinen Beruf qualifiziert. Insofern öffnen sich ihnen Berufsfelder statt Berufe und Arbeitsfelder statt fixierbarer Arbeitsplätze (Jüde 1999, Janson 2007).

Der technologische und ökonomische Boom der späten 1990er Jahre beförderte neue Beschäftigungsoptionen in der Privatwirtschaft. Als zukunfts-trächtig galten neben Unternehmensberatung, EDV und IT, Vertrieb und Logistik, v.a. Marketing und Personalentwicklung. Hinzu kamen außerdem die neuen Internet- und Multimedia-Bereiche. Doch räumen die Ratgeber diesen guten Aussichten nach 2000 immer weniger Raum und damit Stellenwert ein. Sie perspektivieren Jobs seltener im Multimedia- und gar nicht mehr im Internet-Bereich und überlassen auch EDV und IT wieder den Spezialisten. An Relevanz verlieren Geisteswissenschaftler im Manager-Training wie in der unternehmensinternen Kommunikation.

Wenn die neu entdeckten Wirtschaftsbranchen schrumpfen, gewinnen die traditionellen Medien-, Bildungs- und Kulturbereiche in den Ratgebern wieder hinzu. Immer stark avisieren sie die Medien- einschließlich der Verlagsberufe. In jüngster Zeit nehmen die ‚klassischen‘ Archiv-, Informations- und Dokumentationsarbeiten wieder mehr Platz ein – seltener verortet an staatlichen als an privaten Institutionen.

Die Ratgeber zeigen ein Tätigkeitsspektrum, das kurz gefasst drei Kompetenzen von Geisteswissenschaftlern abdeckt: sprachliche (Werbung, Medien, Publizistik), sozial kommunikative (PR, Kultur, Journalismus) und didaktische (Bildung). Entsprechende Berufe lassen sich sowohl im öffentlichen als auch im privaten Dienst ausüben, sowohl fest angestellt als auch freiberuflich. Aus Kombinationen dieser drei Dimensionen (Auftragsart, Auf-



traggeber, Rechtsform) bestehen folglich die Vorschläge der Ratgeber. Daher nehmen die Spitzenplätze unter den von ihnen am häufigsten vorgeschlagenen Berufen die in der Werbung (PR, Marketing) und in der (nicht nur betrieblichen) Erwachsenenbildung ein, dicht gefolgt von journalistischen und publizistischen Tätigkeiten.

Doch fällt auf, dass seit 2000 in summa immer weniger Berufe aufgezählt werden, die Geisteswissenschaftler ergreifen könnten (vgl. Tabelle 1-3) – obwohl davon ausgegangen werden muss, dass der Leser weiterhin Berufsoptionen von den Ratgebern zu wissen verlangt. Diesen Befund bestätigt in signifikanter Weise, dass die Ratgeber sich auch ihrem Umfang nach immer weniger mit Berufen überhaupt beschäftigen. Die Anteile am Gesamttext, in denen Ratgeber alte und neue Berufsfelder eröffnen, stiegen um 2000 auf mehr als die Hälfte an und fielen seither auf noch maximal ein Siebtel. Dieser rapide Schwund an beruflichen Optionen nach 2000 signalisiert einen grundsätzlichen Wandel in den Ratgebern, den diese in dieser Klarheit nicht explizieren würden, sondern nur durch ihre Strukturierung zur Sprache bringen: Man braucht Alternativen zu den ‚klassischen‘ Berufsfeldern, doch die in der Wirtschaft erwarteten schwinden für Geisteswissenschaftler und neue Berufsziele sind nicht in (ihrer) Sicht.

Parallel zu dieser Entwicklung vermehren sich Anzahl und Umfang von Erfahrungsberichten und Fallbeispielen in den Ratgebern seit den späten 1990er Jahren. Jedes dieser Beispiele präsentiert die Erfolgsgeschichte eines Geisteswissenschaftlers. Doch deren singuläre, kontingente Merkmalskombination ist für den Leser nicht imitierbar. Fallbeispiele sind keine konkreten Handlungsanweisungen, sondern allenfalls Hoffnungsträger. Ratgeber können heute offenbar keine Karrierewege mehr anbieten, die verallgemeinerbar wären oder die zur Nachahmung anleiteten.

Vielmehr bieten sie Umwege und Auswege aus der momentanen Berufssituation vieler Geisteswissenschaftler. Statt für Berufe und Berufseinstieg vermehren sie ihre Ratschläge dafür, sich als Geisteswissenschaftler selbstständig zu machen (Ziehm 2003), nach dem Studium weitere Studiengänge und andere Weiterbildungen zu absolvieren oder eine Jobalternative im Ausland zu suchen (Janson 2007: 89ff.). Nachdrücklich empfohlen werden Praktika, denn sie fördern Kontakte, zeugen von Engagement und Branchenerfahrung. So propagiert einer der jüngsten Ratgeber, irgendeinen Job zu ergrei-

fen, sei es auch eine studienferne, unterqualifizierte oder unentgeltliche/ehrenamtliche Arbeit (Daniel 2007).

Kompensiert werden soll durch selbständige oder unterbezahlte Arbeitsaufnahme die aktuelle Arbeitsmarktsituation, in der das Angebot an qualifizierten Bewerbern die Nachfrage übersteigt (Janson 2007: 80). Aus diesem „Verdrängungswettbewerb“ unter Fachkollegen, anderen Akademikern und Praktikern (Behrend et al. 1988: 12, 85) ist eine neue Schlüsselqualifikation hervorgegangen: die Konkurrenzfähigkeit, die nicht mehr nur Rivalität, sondern eine kognitive wie soziale Kompetenz ist. Der Geisteswissenschaftler muss lernen, sich dem (Arbeits-)Markt anzupassen, wenn er wirtschaftlich überleben will: durch Qualifikation, (Kunden-)Kontakte, eigene PR und Selbst-Marketing. Konkurrenzfähigkeit besteht darin, einen zu erwerbenden Wissens- und Methoden-/Technikvorsprung im Zweifelsfall billiger als andere Anbieter auf dem Arbeitsmarkt feilzubieten (Daniel 2007).

Dass Ratgeber die Erfolgsaussichten ihrer eigenen Ratschläge zunehmend relativieren, verrät ihre Desillusionierung. Wollten sie noch um 1990 eine „Starthilfe“ sein und „Erfolgsrezepte für den Karrierestart“ liefern (Adams 1991: 10), müssen sie bald eingestehen, „keine Patentrezepte“ bieten zu können, allenfalls noch „Hilfe zur Selbsthilfe“ (Jüde 1999: 16).

Dennoch schauen Ratgeber zwar vorsichtig, aber generell optimistisch in die Zukunft. Erst die jüngsten Exemplare zweifeln an einer Chancenverbesserung für ihre Kunden. Sie hoffen zwar auf den demographischen Wandel und steigenden Fachkräftemangel (Janson 2007: 78), doch verlören Hochschulabschlüsse<sup>17</sup> durch die „Akademisierung“ mancher Branchen (Bolduan, Kappei 1998: 40), durch Globalisierung und Technisierung der Wirtschaft an „Werthaltigkeit“ (Daniel 2007: 21). Deshalb erwarten sie, dass Geisteswissenschaftler in der näheren Zukunft immer weniger befriedigende Arbeiten übernehmen müssen (ebd.: 20). Sie lassen schließen, dass ein Hochschulabschluss zukünftig eine unvermeidliche, aber allein unzureichende Qualifikation für einen Job sein wird.

Hoffnungen auf eine allgemeine Verbesserung des Arbeitsmarktes oder Forderungen an eine Änderung der Arbeitsmarktpolitik werden nicht laut.

---

17 B.A.-/M.A.-Studienabschlüsse werden von den untersuchten Ratgebern noch nicht diskutiert.

Als normative Textsorte vermitteln Ratgeber zwischen den sozialen Ansprüchen und denjenigen, die diese erfüllen wollen. Daher fordern sie bedingungsloses und unermüdliches Anpassungsstreben von ihren Lesern.

## Literatur

- Begemann, Petra*, 2001: Keine Angst vor dem Studienende. Berufsorientiert studieren – überzeugend bewerben – souverän einsteigen. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Behrend, Diederich, Biel, Georg, Bönisch, Walter, Honolka, Harro und Herbert Reimann*, 1988: Wohin nach dem Studium? Chancen für Geistes- und Sozialwissenschaftler in der Wirtschaft. München: MVG.
- Berg, Gunhild*, 2008: Was soll nur aus dir werden? Alte und neue Antworten in Berufsratgebern für GeisteswissenschaftlerInnen. Working Paper Series 21, Rat für Sozial- und Wirtschaftsdaten (Hg.); [http://www.ratswd.de/download/working papers2008/21\\_08.pdf](http://www.ratswd.de/download/workingpapers2008/21_08.pdf).
- Berger, Anja*, 2002: Karrieren unter der Lupe: Geschichtswissenschaftler. Würzburg: Lexika VI.
- Berghahn, Rüdiger, Kahlke, Winfried, Meyer-Althoff, Martha und Volker Schurig*, 1995: Berufsfelderkundungen. Beispiele aus Medizin, Natur- und Geisteswissenschaften. Hamburg: IZHD.
- Bolduan, Gudrun und Kathrin Kappei*, 1998: So finden Magister einen Job! Der unentbehrliche Ratgeber für den Berufseinstieg. Adressen, Tips, Einstiegshilfen. Frankfurt a.M.: Eichborn.
- Bönisch, Walter* (Hg.), 1991: Mit Kant und Kafka in die Wirtschaft. Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften: Arbeitskräfte für morgen – Arbeitskräfte mit Schlüsselqualifikationen. 2. Aufl. München: Student u. Arbeitsmarkt e. V.
- Bundesanstalt für Arbeit* (Hg.), 1978 ff.: Blätter zur Berufskunde. Loseblatt-Sammlung. Bielefeld: Bertelsmann.
- Butz, Bert, Haunss, Sebastian, Hennies, Robert und Martina Richter*, 1997: Flexible Allrounder. Wege in den Beruf für PolitologInnen. Ergebnisse einer AbsolventInnenbefragung am Institut für Politische Wirtschaft der Universität Hamburg. Hamburg: Lit.
- Daniel, Marc*, 2007: „Sie haben also überhaupt keine Ahnung!“ Berufswahl-, Studien- und Bewerbungsstrategien für Geistes-, Sozial- und Sprachwissenschaftler. Nordstedt: Books on Demand.
- Falk, Rüdiger*, 1991: Geisteswissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt. S. 85-99. In: *Montani Adams* (Hg.), Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft. Starthilfen und Ausichten. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Gallio, Claudio* (Hg.), 1995: Freie Laufbahn. Berufe für Geisteswissenschaftler. Mannheim: Bollmann.
- Glaubitz, Uta*, 2001: Jobs für Bücherwürmer und Leseratten. Machen Sie Ihre Leidenschaft zum Beruf. Frankfurt a.M./New York: Campus.

- Hennig, Annegret und Andrea Kunkel*, 2003: Karrieren unter der Lupe: Erfolgreiche Studienabbrecher. Würzburg: Lexika VI.
- Henning, Celina*, 2000: Karrieren unter der Lupe: Musik- und Theaterwissenschaft. Würzburg: Lexika VI.
- Hibsch, Martin*, 1996: Erfolgreiche Schritte in die Berufspraxis. Ein Leitfaden für Hochschulabsolventen. 2., überarb. Aufl. Düsseldorf: VDI.
- Holst, Ulrich*, 2001: Karriereplanung für Geisteswissenschaftler. Das Stufenprogramm zum Erfolg, Berufsfelder mit Perspektive. Mit exklusivem Internet-Service. Niedernhausen i. Ts.: Falken.
- Janson, Simone*, 2007: Der optimale Berufseinstieg. Perspektiven für Geisteswissenschaftler. Darmstadt: Wissensch. Buchgesellschaft.
- Jüde, Peter*, 1999: Berufsplanung für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Oder die Kunst eine Karriere zu planen. Köln: Staufenberg.
- Konegen-Grenier, Christiane*, 1997: Berufschancen für Geisteswissenschaftler. Köln: Deutscher Instituts-Verlag.
- Meyer-Althoff, Martha*, 1995: Berufsfelderkundungen in den Geisteswissenschaften – fünfzehn Jahre Erfahrungen in Hamburg. S. 112-180. In: *Rüdiger Berghahn, Winfried Kahlke, Martha Meyer-Althoff und Volker Schurig*: Berufsfelderkundungen. Beispiele aus Medizin, Natur- und Geisteswissenschaften. Hamburg: IZHD.
- Montani Adams, Marco* (Hg.), 1991: Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft. Starthilfen und Aussichten. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Rühl, Margot* (Hg.), 2004: Berufe für Historiker. Darmstadt: Wissensch. Buchgesellschaft.
- Schmidt, Dieter*, 1992: Berufserkundungen im Rahmen des philologischen Studiums an der Universität Tübingen. In: *Rüdiger vom Bruch* (Hg.), 1992: Neue Berufsperspektiven für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Symposium Tübingen 9.12.1991. Tübingen: DIFF.
- Vollmer, Marianne*, 1998: Zurück in den Beruf. Regensburg: Walhalla VI.
- Ziehm, Claudia*, 2003: Selbständig arbeiten als Geistes- und Sozialwissenschaftler. Geschäftsideen, Markt und Kunden, Businessplan, Existenzgründung, Finanzen und Recht. Bielefeld: Bertelsmann.



# Die One-Woman-Show – Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Praxis

*Sonja Kastner, Christina Vaih-Baur*

## Zusammenfassung

Eine Tätigkeit als PR-Beraterin oder PR-Redakteurin eröffnet Geisteswissenschaftlerinnen eine Vielzahl von Chancen in Agenturen und Unternehmen. Sie gelten als kommunikativ, sprach- und stilsicher, kreativ und kompetent im Umgang mit Menschen. Mithilfe ihrer im Studium erworbenen Fähigkeiten zum Disziplinen übergreifenden Denken und ihrer Intuition erschließen sie sich den Kontakt zu den verschiedensten Kunden, Branchen, Medienpartnern und weiteren Bezugsgruppen. Doch zu welchem Preis? Wo stoßen die hochqualifizierten, zu Generalistinnen ausgebildeten Geisteswissenschaftlerinnen an ihre Grenzen? Welche Anforderungen werden an Führungskräfte in puncto Verhandlungsgeschick, Durchsetzungsvermögen und Machtbewusstsein gestellt?

Mit dem Ziel, neue Erkenntnisse für die Karriereforschung von Geisteswissenschaftlerinnen zu generieren, wurden über 30 Absolventinnen interviewt, die im Bereich PR in Agenturen und Unternehmen auf unterschiedlichen Hierarchieebenen und in den verschiedensten Branchen tätig sind. Die qualitativ ausgerichtete Befragung behandelte die Themen Studium, Einstieg in den Job, Berufsalltag, Qualifikationen, Aufstieg und Karrierehemmnisse.

Die Absolventinnen werden beim Berufseinstieg durch Praktika, Studentenjobs oder Volontariate mit dem oft mühsamen und aufwändigen Dienst am Kunden konfrontiert. Sie verfügen selten über im Studium erworbene spezifische PR-Kenntnisse; vielmehr haben sie ein komplexes Instrumentarium an Herangehensweisen, Denkart oder Strategien zum Erschließen von Texten entwickelt. Im Job müssen sie plötzlich im Alleingang scheinbar uninteressante Meldungen an Journalisten verkaufen, Beratungskompetenz gegenüber Kunden in Krisensituationen beweisen, in kürzester Zeit Presseverteiler für

spezielle Fachthemen aufbauen oder ohne spezielles Fachwissen und Kontakte neue Kunden akquirieren. Nicht nur das Schreiben, sondern vor allem das Verkaufen steht im Mittelpunkt – zuerst dienen, dann verdienen. Dies gelingt meist nur durch überdurchschnittliche Selbstmotivation und Selbstorganisation, denn im Studium haben die meisten Geisteswissenschaftlerinnen gelernt, sich eigenständig und schnell komplexe Sachverhalte zu erschließen.

## Forschungsziele

Frauen stellen heute über 50 Prozent aller PR-Fachkräfte in Deutschland dar (Fröhlich et al. 2005: 1, 73). Geisteswissenschaftlerinnen, insbesondere Germanistinnen, sind neben Sozialwissenschaftlerinnen am häufigsten in PR-Berufen vertreten (ebd. 2005: 134). Zum Berufsfeld PR zählt im Wesentlichen die Konzeption und Steuerung von Kommunikationsprozessen zwischen einer Organisation und seinen Stakeholdern bzw. Teilöffentlichkeiten. PR-Fachkräfte managen Kommunikation, z.B. in Unternehmen oder PR-Agenturen, die idealtypischerweise als Dialog stattfindet. Dabei sollen die Interessen des Auftraggebers in Einklang mit anerkannten ethischen Wertvorstellungen moderner demokratischer Gesellschaftssysteme verfolgt werden (vgl. ebd. 2005: 7ff.).

Seit drei Jahrzehnten steigt die Nachfrage bezüglich Dienstleistungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Dabei ist eine Professionalisierung durch gut ausgebildete und hochqualifizierte Fachkräfte zu beobachten.

Geisteswissenschaftlerinnen scheinen zunächst für einen Job im Bereich PR gut geeignet zu sein. Sie gelten als kommunikativ, sprach- und stilsicher, kreativ, teamfähig, sprechen mehrere Sprachen und verfügen meist über Auslandserfahrung sowie interkulturelle und soziale Kompetenzen. Doch sind diese vermeintlich positiven Faktoren nicht auch hinderlich für einen beruflichen Aufstieg im Bereich PR? Mit welchen Anforderungen werden PR-Beraterinnen im Berufsalltag konfrontiert? Was fällt Geisteswissenschaftlerinnen leicht, wo aber stoßen sie an ihre Grenzen? Die im Rahmen der Expertise gewonnenen Erkenntnisse sollen folgenden Zielen dienen und dabei einen Beitrag zur Erforschung des Berufsfeldes PR leisten:

1. Die Qualifikation von Geisteswissenschaftlerinnen, die in die PR-Praxis streben, soll verbessert werden.
2. Der Anteil an Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Praxis soll erhöht werden.
3. Der Anteil der Geisteswissenschaftlerinnen in Führungspositionen soll gesteigert werden.

Hieraus ergeben sich die folgenden Leitfragen für die Untersuchung:

1. Welche Anforderungen werden an PR-Beraterinnen gestellt?
2. Welche besonderen Kompetenzen von Geisteswissenschaftlerinnen sind förderlich für eine Karriere in der PR-Praxis?
3. Welche Fähigkeiten von Geisteswissenschaftlerinnen sind kontraproduktiv und blockieren die Karriere?
4. Wie können Geisteswissenschaftlerinnen ihre Chancen beim Jobeinstieg und -aufstieg verbessern?
5. Was müssen insbesondere Frauen bei ihrer Karriereplanung im Bereich PR berücksichtigen?

## Methodisches Vorgehen

Da im Bereich des Forschungsgegenstandes ein Theorie-Mangel vorliegt, wurde ein qualitativer Forschungsansatz verfolgt. Um einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Aufgabenbereiche und Funktionen zu gewinnen, wurden verschiedene Hierarchieebenen abgedeckt (selbständige PR-Beraterinnen, angestellte PR-Beraterinnen, PR-Redakteurinnen, Geschäftsführerinnen, Junior PR-Beraterinnen, Assistentinnen). Die Auswahl der „Stichprobe“ erfolgte gemäß der Methodik nicht nach statistischen Gesichtspunkten, sondern ergab sich aus den theoretischen Anforderungen des Erkenntnisprozesses. Die Stichprobenauswahl diente dem Ziel, ein möglichst breites Spektrum an Branchen und Tätigkeitsbereichen sowie Hierarchieebenen abzudecken. Die transkribierten Interviews wurden mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (vgl. Mayring 2003). Abbildung 1 zeigt eine Übersicht der befragten Geisteswissenschaftlerinnen sowie deren Funktionen und Tätigkeitsbereiche.



*Abbildung 1: Interviewpartner, Funktionen und Branchen*

<i>Name</i>	<i>Studienrichtung</i>	<i>Funktion</i>	<i>Position</i>	<i>Branche</i>	<i>Ort</i>
1. Frau A	Germanistik/Lehramt	PR-Beraterin	Selbständig, Anbind. an Agentur	Software, Enter- tainment, Sport, Kinderbekleidung	Berlin/ München
2. Frau B	Germanistik, Politologie	Senior PR-Beraterin	Angestellte Agentur	Finanzdienstleister, kleine und große Mittelständler	München
3. Frau C	Germanistik, Politologie	Business Director	Führungskraft Agentur	Finanzdienstleister, Fast Moving Consumer Goods (FMCG), IT-Branche	Hamburg
4. Frau D	Germanistik, Romanistik, Psychologie	PR-Beraterin	Selbständig	Vereine/Verbände, Finanzdienstleister	Berlin
5. Frau E	Germanistik, Romanistik	PR-Assistentin	Angestellte Unternehmen	Musik/Entertainment	Berlin
6. Frau F	Germanistik, Psychologie	PR-Beraterin	Angestellte Agentur	Automotive, IT-Branche	München
7. Frau G	Germanistik, Osteuropawiss., Aufbaustudiengang Wirtschaftskomm.	PR-Redakteurin	Angestellte Unternehmen	Immobilien, Energiedienstleister	Berlin
8. Frau H	Germanistik, Thea- ter- und Filmwissen- schaften, Philosophie	PR-Beraterin	Selbständig	Kunst, Kultur	Berlin
9. Frau I	Geschichte, Politik, Wirtschaft	PR-Beraterin	Angestellte Agentur	Unternehmernetzwerk/ Unternehmensberatung	Fürth
10. Frau K	Übersetzerin (Diplom)	PR-Referentin	Angestellte Institution	Hochschule	Stuttgart
11. Frau L	Anglistik, Sportwiss., Mathematik	PR-Beraterin	Angestellte Agentur	Schwerpunkt IT-Branche	München
12. Frau M	Germanistik, Philosophie	PR-Beraterin	Geschäftsfüh- rerin Agentur	Schwerpunkt Fast Moving Consumer Goods (FMCG)	Düsseldorf
13. Frau N	Germanistik	Junior PR-Beraterin	Angestellte Agentur	alle Branchen	München
14. Frau O	Kunstgeschichte, Germanistik, Soziologie	Projekt- managerin	Angestellte Agentur	alle Branchen	München
15. Frau P	Germanistik, Literaturvermittl., Kunstgeschichte	Junior PR- Redakteurin	Angestellte Agentur	Medizin-Technik, IT, Technik, Maschinenbau	Stuttgart
16. Frau Q	Anglistik, Soziologie, Religionsgeschichte	PR-Beraterin/ Journalistin	Geschäfts- stellenleiterin Agentur	alle Branchen	Cottbus

<i>Name</i>	<i>Studienrichtung</i>	<i>Funktion</i>	<i>Position</i>	<i>Branche</i>	<i>Ort</i>
17. Frau R	Germanistik, Allg. Sprachwiss., Philosophie	PR-Beraterin/-Redakteurin	Leiterin Agentur	alle Branchen	Leipzig
18. Frau S	Anglistik, Geschichte, VWL	Junior Beraterin	Angestellte Agentur	Schwerpunkt Technik und IT	Stuttgart
19. Frau T	Germanistik, Journalistik, Kunstgeschichte	PR-Referentin	Angestellte Unternehmen	Medienbranche (Zeitschriften)	Hamburg
20. Frau U	Geschichte, Neue Deutsche Literatur	PR-Trainee	Angestellte Agentur	alle Branchen	Berlin
21. Frau V	Kommunikationswiss., Journalistik, Germanistik	PR-Beraterin	Stellvertr. Geschäftsstellenleiterin Agentur	alle Branchen	München
22. Frau W	Medienpäd., Päd., Soziologie, Psychologie, Politik	PR-Referentin	Angestellte Unternehmen	Film- und Medienbranche	Stuttgart
23. Frau X	Geschichte, Germanistik	PR-Referentin	Angestellte Unternehmen	Filmbranche	Berlin
24. Frau Y	Historisch vergl. Sprachwiss., Roman. Philologie	PR-Fachkraft	Selbständig	alle Branchen	Bautzen
25. Frau Z	Germanistik, Journalistik, Soziologie	PR-Redakteurin/-Beraterin	Selbständig	alle Branchen	München
26. Frau AA	Kunstgeschichte, Kommunikationw., Neue u. neueste Geschichte, Kultur- und Medienmanagement	PR-Director	Angestellte Agentur	alle Branchen	Hamburg
27. Frau BB	Kunstgeschichte, Kommunikationswiss., Neue Deutsche Literatur, Theaterw.	Senior PR-Beraterin	Angestellte Unternehmen	Automobilbranche	Stuttgart
28. Frau CC	Germanistik, Skandinavistik, Angewandte Kulturwiss.	PR-Beraterin	Selbständig	Schwerpunkt Medien	Münster
29. Frau DD	Germanistik, Kommunikations- und Medienwiss.	Assistentin der Geschäftsführung	Angestellte Agentur	alle Branchen	Hamburg
30. Frau EE	Germanistik, Kommunikationswiss.	PR-Beraterin	Angestellte Agentur	alle Branchen	Wolfsburg
31. Frau FF	Allgemeine Rhetorik, Geschichte	PR-Redakteurin	Angestellte Agentur	alle Branchen	Hamburg

Insgesamt wurden 32 Geisteswissenschaftlerinnen befragt. Dabei wurde zunächst jeweils eine Untersuchungseinheit analysiert; auf der Grundlage der so gewonnenen Ergebnisse und Konzepte wurden weitere Interviews durchgeführt, die die bisherigen Ergebnisse bestätigen, modifizieren oder erweitern sollten (Theoretical Sampling<sup>1</sup>).

Die Interviews wurden im Zeitraum vom 15. August bis 5. Oktober 2007 durchgeführt, teils als Face-to-Face-Interviews, teils als telefonische Interviews. Die Gespräche wurden mit einem Diktiergerät aufgezeichnet und in voller Länge transkribiert. Die Sammlung, technische Aufbereitung und Verwaltung der Text-Rohdaten erfolgte EDV-gestützt.

Um die Identität der Interviewpartner zu schützen, die sich teilweise kritisch sowohl zu Begebenheiten mit Kunden als auch zu solchen im eigenen Unternehmen äußern, wurden die Transkriptionen und Auswertungen anonymisiert. Die befragten Personen wurden mit Buchstaben versehen (Frau A, Frau B usw.). Ebenso wurden unternehmensunabhängige Bezeichnungen für die Positionen der Befragten in den jeweiligen Agenturen oder Unternehmen gewählt. Dies stellt sicher, dass aufgrund der Äußerungen bzw. der Bezeichnung der Befragten keine Rückschlüsse auf die Firma gezogen werden können.

## Auswertungsmethode

Als Auswertungsmethode wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring angewandt. Im Zentrum dieser streng systematischen, regelgeleiteten Analyse sprachlichen Materials steht die induktive Kategorienbildung. Die Aussagen wurden schließlich zu einem fallübergreifenden Kategoriensystem reduziert.

---

1 Theoriegeleitete Stichprobenziehung, im Rahmen der Grounded Theory entwickeltes Konzept der Auswahl von Untersuchungseinheiten (vgl. Strauss, Corbin 1996).

Abbildung 2: Fallübergreifendes Kategoriensystem

<b>1. Anforderungen im Berufsalltag</b>	
K 1	Aufgabenbereiche
K 2	Branchen
K 3	Beratungs- und Dienstleistungskompetenz
<b>2. Qualifikationen von Geisteswissenschaftlerinnen</b>	
K 4	Studieninhalte
K 5	Studium als Berufsvorbereitung
K 6	Sprachliches Ausdrucksvermögen
K 7	Differenziertes Kommunikations-Know-How
K 8	Eigeninitiative
<b>3. Karriere hemmende Faktoren</b>	
K 9	Introversion
K 10	Selbsteinschätzung
<b>4. Jobeinstieg/Jobaufstieg</b>	
K 11	Praktika
K 12	Studentenjobs/freie Mitarbeit
K 13	Volontariat/Traineeship
K 14	Jobwechsel
K 15	Selbstständigkeit
K 16	Karriereziele
<b>5. Frauen und Karriereplanung</b>	
K 17	PR als Frauendomäne
K 18	Führungskräfte meist Männer
K 19	Karrierehemmnis Familie

## Ergebnisse der Erhebung

In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse der Erhebung präsentiert. Die Darstellung der Resultate ist in fünf Themenfelder untergliedert: Anforderungen im Berufsalltag, vorteilhafte Qualifikationen von Geisteswissenschaftlerinnen, Karriere hemmende Faktoren, Verbesserung der Chancen beim Jobeinstieg und -aufstieg sowie Frauen und Karriereplanung.

### *1. Welche Anforderungen werden an PR-Beraterinnen gestellt?*

#### **K 1 Aufgabenbereiche<sup>2</sup>**

„Das ist eine One-Woman-Show. Man macht immer alles alleine. Alles, was der Kunde wünscht und was irgendwie anfällt.“ (Frau B, Senior PR-Beraterin Agentur)<sup>3</sup>

„Ich bin der typische Generalist, eben learning-on-the-job.“  
(Frau C, Business Director Agentur)

„Mann muss ohne Vorbehalte auf andere Menschen zugehen können. Und in gewisser Weise auch ein guter Verkäufer sein.“ (Frau A, selbständige PR-Beraterin)

Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Branche sehen sich selbst als Generalistinnen. Im Studium haben sie oft nur wenig fachspezifische Kenntnisse im Bereich PR erworben, auf die sie im Alltag zurückgreifen können. Die Vielfalt der täglichen Arbeitsfelder ist so verschieden wie die Branchen, aus denen ihre Auftraggeber stammen.

Das Berufsfeld PR stellt sich Geisteswissenschaftlerinnen oft als ideales Tätigkeitsfeld dar. Hier können sie viele ihrer im Studium erlernten Fähigkeiten einsetzen: Schreiben, moderieren, publizieren, Veranstaltungen planen, Reden vorbereiten, präsentieren, redigieren, Gäste einladen, Messeauftritte begleiten, Interviews führen, Teilnahme an Wettbewerben organisieren etc.

Als klassische Tätigkeitsfelder im Berufsalltag wurden von den Befragten genannt: Schreiben und Verbreiten von Pressetexten, Organisation von Pressekonferenzen, Aufbau und Pflege des Kontakts zu Journalisten, Aufbau und Pflege von Presseverteiltern, Redaktion, Kundenkontakt, Kommunikationsberatung, Kundenakquisition, Vorbereitung von Wettbewerbspräsentationen, Budgetierung und Kostenabrechnung. Diese Tätigkeiten bezeichnen viele der Befragten auch als fachspezifisches „Handwerkszeug“, ohne welches ein beruflicher Aufstieg nicht möglich ist. Um in einer PR-Agentur erfolgreich zu sein und Kunden selbst führen zu können, müssen sich die Studienabgänger Beratungskompetenz aneignen. Aufgrund mangelnder Lebenserfah-

---

2 „K 1“ bedeutet „Kategorie 1“. Die Kategorien repräsentieren die Ergebnisse der zusammenfassenden Inhaltsanalyse.

3 Die Zitate sind als illustrative Zitate zu verstehen. Zur Kriteriengenerierung siehe S. 71ff.

rung kann diese nach Ansicht einiger Befragter beim Berufseinstieg aber noch nicht vorhanden sein.

## K 2 Branchen

„Kindermode, Sport und Games haben nicht so viele Anknüpfungspunkte. Das erschwert einem die Arbeit, so dass man jedes Mal komplett von vorne anfangen muss.“  
(Frau A, selbständige PR-Beraterin)

„Grundsätzlich ist es nicht schlecht, wenn man sich auf einen Themenbereich spezialisiert, weil es bei PR darauf ankommt, viele Kontakte zu haben, auch in den unterschiedlichen Medien.“  
(Frau A, selbständige PR-Beraterin)

Die zielgruppenadäquate Aufbereitung von Inhalten, die die Produkte oder Dienstleistungen des Kunden betreffen, ist Voraussetzung für den Erfolg der PR-Aktivitäten. Es fällt den Geisteswissenschaftlerinnen nach eigener Ansicht leicht, sich schnell in die unterschiedlichen Themen einzuarbeiten und ein Gespür für potenzielle Kunden und geeignete PR-Maßnahmen zu entwickeln. In der Regel bedient eine PR-Beraterin eine Vielzahl verschiedener Kunden und Branchen gleichzeitig – von Kindermode über Banken bis hin zu Vereinen oder kulturellen Institutionen reicht die Bandbreite im Tagesgeschäft. Die ständige Bereitschaft zum „sich neu in etwas hineindenken“ im Sinne geistiger Flexibilität wird als sehr anspruchsvoll und kraftraubend, aber dennoch als willkommene Herausforderung empfunden.

Im Bereich PR erschließen sich Geisteswissenschaftlerinnen durch ihr Vermögen, Disziplinen übergreifend zu denken und durch ihre überdurchschnittliche Allgemeinbildung eine Vielfalt an Tätigkeitsfeldern, doch können sie sich nie darauf verlassen, selber als „Experte“ auf einem Gebiet anerkannt zu werden. Den meisten Angestellten und Selbständigen bleibt aufgrund der wirtschaftlichen Erfordernisse meist nichts weiter übrig, als alle Kunden zu akzeptieren, die kommen. Der Preis, den sie dafür zahlen müssen, ist hoch. Bedeutet es doch immer einen enormen Arbeitsaufwand, neue Medien und Zielgruppen für die speziellen Fachthemen ausfindig zu machen und Kontakte aufzubauen.

## K 3 Beratungs- und Dienstleistungskompetenz

„Ich stehe dahinter, dass der Kunde König ist, aber nicht um jeden Preis. Wir hatten starke Kunden und von oben wurde ganz schön Druck gemacht.“  
(Frau F, PR-Beraterin Angestellte Agentur)

„Meist hält sich das Unternehmen für den Nabel der Welt, den Redakteur interessiert das nicht. Als PR-Berater muss ich Aspekte finden, die den Redakteur interessieren könnten.“  
(Frau A, selbständige PR-Beraterin)

Eine wesentliche Tätigkeit in der täglichen Arbeit der PR-Kräfte besteht darin, Ideen, Konzepte und Themen an Kunden und Journalisten „zu verkaufen“. Zunächst müssen sie dem Kunden ihre Strategien nahe bringen, präsentieren und ihn begeistern. Ist der Kunde überzeugt, besteht die nächste Herausforderung darin, den Journalisten die verschiedenen Themen so attraktiv wie möglich für eine möglichst breite Berichterstattung aufzubereiten. Recht machen können sie es beiden Bezugsgruppen selten. Dem überwiegenden Teil der Befragten fällt dabei das Schreiben beispielsweise leichter als das „Verkaufen“ der Meldungen.

Oft wurde von PR-Beraterinnen der Wunsch geäußert, für Kunden aus Organisationen oder Institutionen tätig zu werden, die „etwas Sinnvolles“ tun, für das sie auch ein persönliches Interesse aufbringen können. Bei Kunden aus privaten Unternehmen hingegen fällt es einem Teil der Befragten schwer, zwischen den divergierenden Interessen der Auftraggeber und denen der Journalisten über Themen und Form der Berichterstattung zu vermitteln. Die Sicht des Unternehmens in Bezug auf Themen und Inhalte der Pressemitteilungen wird meist als unrealistisch von den PR-Beraterinnen empfunden. Viele der Befragten gaben an, sie hätten Schwierigkeiten damit, die Themen zu verkaufen, vor allem, wenn es nach ihrer Meinung wenig relevante Meldungen ohne echte Nachrichtenfaktoren sind, die sie wider besseres Wissen anpreisen müssen.

Die befragten PR-Beraterinnen begreifen sich zudem als „Dolmetscher“, die die (meist diffusen) Kundenwünsche in konkrete PR-Themen und Maßnahmen umsetzen. Aufgrund der oft mangelnden Fachkenntnis von PR auf Seiten der Kunden sind Briefings – die vom Kunden gestellten Aufgabenstellungen – oft mangelhaft, unspezifisch oder unverständlich. Da ein Briefing aber als zentrale Arbeitsgrundlage für Agentur und Auftraggeber gilt, ist es die Aufgabe der Berater, die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und geeignete Maßnahmen vorzuschlagen. Dabei wurde in den Interviews deutlich, dass die Befragten in der Kundenberatung und -führung Unterschiede im Selbstverständnis zugrunde legen. Während einige Beraterinnen es zulassen, dass der „König Kunde“ beispielsweise stündlich neue, differenzierte Ar-

beitsaufgaben an ihre Mitarbeiter herantragen darf, sehen andere Agenturen den Kunden eher als Partner, dessen Wünsche und Bedürfnisse selbstverständlich im Mittelpunkt stehen, der aber nicht immer uneingeschränkt Recht hat. Inwieweit Kunden in Konfliktsituationen entgegen gekommen wird, hängt von der jeweiligen Unternehmensphilosophie der Agentur oder den Maßgaben der Geschäftsführer ab.

Ein Teil der Befragten äußerte seinen Missmut gegenüber einer „extremen Dienstleistungsmentalität“: Sie kann vor allem in Situationen entstehen, die durch starke ökonomische Zwänge und Druck von Seiten der Geschäftsführung geprägt sind. In einem solchen Falle fühlten sich einige der Befragten „dem Kunden ausgeliefert“ oder schlichtweg überlastet.

2. *Welche besonderen Kompetenzen von Geisteswissenschaftlerinnen sind förderlich für eine Karriere in der PR-Praxis?*

K 4 Studieninhalte

„Am Ende ist es egal, ob ich über hochmittelalterliche Minnelyrik meine Magisterarbeit geschrieben habe oder über die Stellung der Frau in den Romanen von Theodor Fontane.“  
(Frau C, Business Director Agentur)

„Mit dem, was ich vom Studium mitgenommen habe, fühle ich mich fachlich nicht versiert. Ich bin jetzt da kein Spezialist geworden als Germanistin oder als Europaexpertin, das sind eher so Fragmente, die man mitgenommen hat.“  
(Frau G, PR-Redakteurin Unternehmen)

Die Befragten gaben einstimmig an, dass das Studienfach als solches nicht relevant war. Neben Germanistik wurden Abschlüsse in den Fächern Romanistik, Philosophie, Theater- und Filmwissenschaften, Geschichte oder Politik gewählt (vgl. Abbildung 1). Eine geringe Zahl der Befragten entschied sich nach dem geisteswissenschaftlichen Studium für ein Aufbaustudium, insbesondere in den Fachrichtungen Kulturmanagement und Kommunikation. Die Absolventinnen versprachen sich dadurch eine Studienergänzung, die den Berufseinstieg erleichtern sollte. Der überwiegende Teil machte jedoch die Erfahrung, dass eine Festanstellung oft auch nach einem fachspezifischen Aufbaustudium oder Lehrgang nur durch ein Volontariat bzw. Traineeprogramm möglich war.

Alle Interviewpartnerinnen gaben an, dass das Studium sie zu selbständiger Arbeit fähig gemacht hätte. Wegen der offenen Studienordnungen und oft



auch wegen der schlechten Betreuungssituation an den Universitäten ergab sich nach Äußerung der Befragten der Zwang, sich selber motivieren zu können und selbständig Themen zu erarbeiten. Ebenso haben alle übereinstimmend angegeben, sie hätten gelernt, mit großen Textmengen umzugehen, strukturiert zu denken, Inhalte für Dritte aufzuarbeiten sowie komplexe Sachverhalte auf das Wesentliche zu konzentrieren. Dies alles seien Fähigkeiten, die sie im PR-Alltag täglich einsetzen. Sie machten damit aus der Not eine Tugend: Mit viel Eigeninitiative und Selbstorganisation bewältigten sie ihr Studium und schafften sich gleichzeitig Schlüsselqualifikationen für die oft eigenverantwortliche Arbeit im Bereich PR.

Mit der Studiensituation waren alle Absolventinnen insgesamt unzufrieden. Sie fühlten sich oft nicht genügend durch Professoren betreut und vermissen einen lebhaften Austausch zwischen Studierenden und Lehrenden. Die Massenuniversitäten seien zu unübersichtlich, zu unpersönlich, insgesamt gebe es zu viele Studierende; all dies seien Kriterien, die ein zielgerichtetes, kompaktes und übersichtliches Studium kaum möglich machen.

#### K 5 Studium als Berufsvorbereitung

„Mein Studium hat zu meinem jetzigen Beruf keinerlei Bezug. Was ich gelernt habe im Studium ist, unter Zeitdruck zu arbeiten. Man ist ja mutterseelenallein an der Uni und bekommt keinerlei Hilfestellung.“  
(Frau B, Senior PR-Beraterin Agentur)

„Und wenn man ein Studium jedweder Art durchschritten hat, dann ist man qualifiziert für diese Arbeit, denn letztlich lernt man das, was man wissen muss on-the-job.“  
(Frau C, Business Director Agentur)

Das Studium wird von den Befragten nicht als Vorbereitung auf den Beruf gesehen. Absolventen wird bestenfalls eine Qualifikation für den Wissenschaftsbetrieb attestiert, die überwiegende Mehrheit fühlt sich durch das Studium weder auf den Berufseinstieg vorbereitet noch für den Arbeitsmarkt qualifiziert.

Die Offenheit eines Magisterstudiums wurde von den Befragten meist positiv beurteilt. Dennoch muss doch insgesamt eine skeptische Rückschau auf die Studienergebnisse festgestellt werden. Dies führt nach Einschätzung der Befragten dazu, dass sie sich nicht als „Experten“ für ein bestimmtes Thema fühlen. Ebenso wie bei der oft unübersichtlichen Bandbreite von Studieninhalten der verschiedenen Fächer werden die Absolventinnen im Berufsalltag mit einer großen Diversität von Branchen konfrontiert, aus der die

Kunden stammen. Nur wenigen Beraterinnen gelingt es dabei, sich auf eine Branche zu spezialisieren, langfristig Kontakte und fachliches Know-How aufzubauen und sich somit als Expertin gegenüber Kunden und Partnern zu positionieren.

#### K 6 Sprachliches Ausdrucksvermögen

„Es kommt darauf an, dass man intelligente, kluge, gebildete Menschen hat, die in der Lage sind, flexibel zu denken.“  
(Frau C, Business Director Agentur)

„Ich kann Inhalte schnell aufbereiten, so, dass sie auch ein Dritter versteht, ohne dass ich eine Expertin in bestimmten Themenbereichen bin.“  
(Frau A, selbständige PR-Beraterin)

Eine „gute Schreibe“ und ein hervorragendes sprachliches Ausdrucksvermögen sind unverzichtbare Bedingungen für PR-Kräfte. Auch wird von ihnen erwartet, sich für unterschiedlichste Produkte begeistern und sich in die unterschiedlichsten Zielgruppen hineindenken zu können. Beim Verfassen der Pressemeldungen müssen sie das spezifische Fachvokabular und den Schreibstil der jeweiligen Branche adaptieren. Dazu gehört nach Aussage der Befragten eine gute Allgemeinbildung sowie eine Bereitschaft zur ständigen Aktualisierung des eigenen Wissensstandes.

#### K 7 Differenziertes Kommunikations-Know-How

„In der PR muss man jemand sein, der gerne kommuniziert, der auch eher eine offeneren Persönlichkeit hat.“  
(Frau L, PR-Beraterin Agentur)

„Jemand, der lieber im stillen Kämmerlein sitzt und vor sich hin arbeitet, der auch nicht telefonieren oder unterbrochen werden will, für den ist PR nichts.“  
(Frau L, PR-Beraterin Agentur)

Ein differenziertes Kommunikations-Know-How ist nach Einschätzung der Expertinnen eine der zentralen Fähigkeiten im PR-Bereich. Damit gemeint ist der professionelle, sachliche Umgang mit Geschäftspartnern unterschiedlichster Art. Eine Hauptaufgabe der Beraterinnen besteht beispielsweise darin, Kontakte zu Medienvertretern aufzubauen und zu pflegen. Alle waren einhellig der Meinung, dass Menschenkenntnis und eine gute Begabung bei der Einschätzung eines Individuums ihre Arbeit wesentlich erleichtere. Dazu gehöre auch vorbehaltlos und vor allem flexibel gegenüber neuen Geschäfts-

partnern aufzutreten und jeweils die Erfordernisse der Situation sicher zu erkennen.

#### K 8 Eigeninitiative

„Man muss eine starke Persönlichkeit haben, andere überzeugen und argumentieren können.“  
(Frau R, PR-Beraterin Leiterin Agentur)

Als wichtige persönliche Kompetenz wird von den Befragten die Selbstmotivation eingeschätzt. Wer im Bereich PR erfolgreich sein will, muss in der Lage sein, sich selbst zu eigenständiger Arbeit zu motivieren. Dazu gehört ein hohes Maß an Selbstorganisation und Zeitmanagement sowie die Fähigkeit, strukturiert zu arbeiten und Verantwortung für sein Handeln zu übernehmen.

Viele PR-Expertinnen betonten, dass man eine gefestigte, gar kämpferische Persönlichkeit haben müsste und sich zum Beispiel von gescheiterten Kontaktversuchen zu Medienvertretern oder Kunden nicht vom Arbeitsziel abhalten lassen sollte. Eine hohe Frustrationstoleranz sei beim „Klinkenputzen“ bei Journalisten unentbehrlich. Einige Befragte empfehlen hierzu, eine professionelle sachliche Distanz einzunehmen und sich nicht zu sehr mit dem Kunden oder seinen Arbeitsaufgaben zu identifizieren.

#### 3. Welche Fähigkeiten und Fertigkeiten von Geisteswissenschaftlerinnen erschweren möglicherweise den Berufsalltag?

#### K 9 Introversion

„Vielleicht bin ich zu eigenbrötlerisch und mehr introvertiert. Alles, was extrovertiert nach außen raus geht, Kontakte knüpfen, ist, glaube ich, meine Schwäche.“  
(Frau G, PR-Redakteurin Unternehmen)

„Weil ich oft den Sinn nicht sehe, ein Unternehmen in die Öffentlichkeit zu bringen. Bei Organisationen, denke ich, die was Sinnvolles machen, ist das leichter.“  
(Frau I, PR-Beraterin Agentur)

Die Herangehensweise von Geisteswissenschaftlerinnen an das Erschließen von Themen lässt sich im Allgemeinen als fundiert, detailliert und präzise beschreiben. Sie begegnen im Berufsalltag der PR-Branche verschiedenen Herausforderungen: Zum einen müssen sie den komplexen Bedürfnissen ihrer Bezugsgruppen (Kunden, Journalisten, Geschäftsführer etc.) Rechnung tra-

gen, zum anderen stehen sie meist unter Zeitdruck und bearbeiten parallel verschiedene Projekte. Wer in diesem Spannungsfeld die Orientierung verliert, sich zu sehr in Details verstrickt oder sich zu stark mit seinen Arbeitsaufgaben identifiziert und es „allen Recht machen“ will, stößt schnell an die Grenzen seiner geistigen und körperlichen Belastbarkeit. In der Praxis müssen Entscheidungen oft schnell gefällt werden, viele Arbeitsschritte können zwangsläufig nur oberflächlich erledigt werden. Da in Agenturen der eingesetzte Arbeitsaufwand dem Kunden in Rechnung gestellt wird, dürfen sich PR-Praktiker nicht verzetteln und den Überblick verlieren. Die im Studium erworbenen Kompetenzen hinsichtlich einer intensiven, in die Tiefe gehenden Textarbeit sind oft in der Praxis nicht gefordert.

#### K 10 Selbsteinschätzung

„Und mit 31 war es nicht leicht, quasi als Ungelernte, irgendwo einen Fuß in die Tür zu bekommen.“  
(Frau D, selbständige PR-Beraterin)

Möglicherweise fällt es nach einem geisteswissenschaftlichen Studium schwerer, sich als Expertin und kompetent für bestimmte Themen zu fühlen, da die Unübersichtlichkeit über die verschiedenen Disziplinen es den Studierenden unmöglich macht, sich auf bestimmten Gebieten erschöpfend auszukennen. Vielmehr wird vor allem im fortgeschrittenen Studium oft deutlich, wie groß die eigenen Wissenslücken (zwangsläufig) sind.

Die Angst, arbeitslos zu werden, weil man im Studium keine echte Berufsvorbereitung sah, ließ sich in den Interviews heraushören. Viele fühlten sich als „ohne Berufserfahrung“ oder „ungelernt“, obwohl sie mehrere Jahre als freie Journalistinnen gearbeitet oder mehrere Praktika geleistet hatten. Dieses vermeintlich mangelnde Selbstvertrauen kann sowohl hausgemacht sein, als aber auch von den Personalverantwortlichen in den Agenturen und Unternehmen gezielt gepflegt werden, um hochqualifizierte Arbeitskräfte zu einem vergleichbar günstigen Preis einzustellen.

#### 4. Wie können Geisteswissenschaftlerinnen ihre Chancen beim Jobeinstieg und -aufstieg verbessern?

„Ich bin eigentlich über eine Zeitarbeit als Studentin bei der Bank gelandet. Also hat man mich dort als Mensch kennen gelernt.“  
(Frau D, selbständige PR-Beraterin)

„Wollte immer gerne Journalistin werden.“  
(Frau B, Senior PR-Beraterin Agentur)

Im Berufsfeld PR sind, wie in anderen Medienberufen auch, die Zugangswege und Karrieren sehr verschieden. Die Mehrheit der Befragten absolvierte während des Studiums mehrere Praktika in Zeitungsredaktionen und PR-Abteilungen, viele arbeiteten als freie Journalistinnen, sammelten Erfahrungen im Ausland. Nach dem Studium gilt immer noch das Volontariat als klassischer Berufseinstieg, daran schließt sich im Idealfall eine Festanstellung als Junior-Beraterin an: Die nächst höheren Positionen sind dann Beraterin und schließlich Senior-Beraterin.

Betrachtet man die Ziele und Jobanforderungen von Journalismus, Werbung und PR, liegt nahe, dass hier die Grenzen und Übergänge fließend sind und auch der Weg in eine Karriere im Bereich PR über einen Umweg verlaufen kann. So gaben die meisten Befragten das ursprüngliche Berufsziel Journalistin an. Nach einschlägigen Erfahrungen in Redaktionen versprachen sich viele der Befragten bessere Jobchancen, Arbeitsbedingungen und Verdienstmöglichkeiten in einer PR-Abteilung.

#### K 11 Praktika

„Ich hatte in der Agentur ein Praktikum gemacht, und da wurde gerade eine Volontariatsstelle frei. Ich konnte den umständlichen Bewerbungsweg umgehen und bin so reingerutscht.“  
(Frau F, PR-Beraterin Angestellte Agentur)

„Man muss das Studium so ernsthaft wie möglich absolvieren, doch die praktischen Erfahrungen, die parallel dazu gesammelt werden, sind ausschlaggebend für die Einstellung in ein Unternehmen.“  
(Frau BB, Senior PR-Beraterin Unternehmen)

Die vom Zeit-Autor Matthias Stolz in der „Generation Praktikum“ beschriebenen derzeitigen Strategien von Unternehmen, reguläre Angestellte als un- oder unterbezahlte Praktikanten ohne Job-Sicherheit zu beschäftigen, gehören nach Aussagen der Befragten auch in der PR-Branche zum Berufsalltag.

Viele Unternehmen stellen den Absolventen eine Festanstellung bzw. ein Volontariat erst nach einem abgeleisteten Praktikum in Aussicht. Da viele auf ein Volontariat hoffen, nehmen sie ein nicht oder nur äußerst gering bezahltes Praktikum nach dem Studium in Kauf. Einige Interviewpartnerinnen berichteten allerdings, dass den Praktikanten umfangreiche und zum Großteil auch verantwortungsvolle Aufgaben übergeben wurden. Beratung und Anleitung der Berufsanfänger durch erfahrene PR-Experten muss aber eher als Ausnahme denn als Regel bezeichnet werden.

#### K 12 Studentenjobs/freie Mitarbeit

Die überwiegende Mehrheit der Befragten war vor bzw. neben dem Studium schon als studentische Mitarbeiterin bzw. freie Mitarbeiterin in PR-nahen Branchen tätig – bei Redaktionen, Werbeagenturen, in Marketing-Abteilungen. Die Wege in diese Jobs wurden als ganz unterschiedlich beschrieben. Während eine Befragte beispielsweise über eine Zeitarbeitsfirma einen Studentenjob in einem Unternehmen bekam, der nach dem Studium in einen unbefristeten Vertrag im Bereich PR umgewandelt wurde, werden die Jobs meist über private Netzwerke vermittelt. Oder die bei einem Arbeitgeber geknüpften Kontakte führen zu einer Weiterbeschäftigung. So jobbte eine Befragte als Büroaushilfe in einer Werbeagentur und wurde im direkten Anschluss an das Studium vom Büroleiter als PR-Kraft abgeworben, als sich dieser mit einem Start-up-Unternehmen selbständig machte.

#### K 13 Volontariat/Traineeship

Obwohl die PR-Expertinnen ein abgeschlossenes Studium und eine Fülle an praktischen Erfahrungen im In- und Ausland vorweisen, ist ein Einstieg in die PR-Praxis oft nur mit einem Volontariat möglich. Als Grund hierfür wird von den befragten Führungskräften die unspezifische Ausbildung der Geisteswissenschaftlerinnen genannt. Volontariate dauern üblicherweise zwölf Monate, der Verdienst liegt meist zwischen 1400 und 2000 Euro brutto im Monat. Auch hier werden die Stellen oft an diejenigen Bewerber vergeben, die vorher der Agentur oder dem Unternehmen durch Praktika oder freie Mitarbeit bekannt geworden sind. Oft empfinden sich die Bewerberinnen für Volontariate als „ungelernt“ und „ohne Berufserfahrung“, obwohl sie bereits mehrere Praktika bzw. freie Tätigkeiten ausgeübt haben. Hierzu muss bemerkt werden, dass sich die Geisteswissenschaftlerinnen vielfach unter Wert verkaufen, ihre Angst wird deutlich, „nichts Richtiges“ im Studium gelernt zu haben. Dabei ist das Volontariat doch gerade dazu da, das spezifische PR-Handwerkszeug im Berufsalltag im Kontakt mit realen Kunden zu erlernen und Beratungskompetenz zu erlangen.

#### K 14 Jobwechsel

„Das sind klar die Verdienstmöglichkeiten und die Sicherheit. Und auch der Arbeitsaufwand, dass man sich auf eine Sache konzentrieren möchte und nicht immer zehn Kunden hat, in die man sich gar nicht reinarbeiten kann.“

*(Frau I, PR-Beraterin Agentur)*

„Es gibt eine Kollegin, die sich Senior Consultant nennt. Sie ist seit 10 Jahren in der Agentur, ich würde nicht sagen, dass sie andere Sachen macht. Sie ist eher wegen ihrer längeren Zugehörigkeit in der Verantwortung.“

*(Frau A, selbständige PR-Beraterin)*

In der Studie wurden sowohl PR-Kräfte aus Agenturen als auch solche aus Unternehmen befragt. Aus den Aussagen kann man ableiten, dass die meisten langfristig eine Tätigkeit im Unternehmen anstreben. Als Gründe werden hierfür angeführt, dass man mehr verdiene, bessere Aufstiegsmöglichkeiten habe und über bessere Sozialleistungen verfüge. Insgesamt wird eine Tätigkeit im Unternehmen als „sicherer“ und „übersichtlicher“ bezeichnet, da man ja nur das eigene Unternehmen vertrete und nicht Kunden aus unterschiedlichen Branchen.

Nach Meinung der meisten Expertinnen kann nur durch einen Wechsel die Position und das Gehalt wesentlich verbessert werden. Des Weiteren äußerten die Befragten den Wunsch, in einem Unternehmen oder in einer anderen Organisation zu arbeiten, deren Branche ihren Interessen mehr und deutlicher entspricht. Hier wurden häufig Kultur, Bildung, Sport oder Lifestyle genannt.

Der berufliche Aufstieg innerhalb einer Agentur ist meist schwer. Hier äußerten die Befragten, dass selbst bei einer „Beförderung“ zur Senior-Beraterin das Tätigkeitsfeld oft gleich bliebe, auch beim Gehalt seien keine wesentlichen Änderungen zu erwarten. In größeren Unternehmen gibt es jedoch mehrere Stufen der Verantwortlichkeit bis beispielsweise hin zum Pressesprecher. Hier existieren insgesamt mehr Entwicklungsmöglichkeiten als sie in Agenturen beschrieben wurden, in denen häufig nur ein Wechsel des Arbeitgebers einen Karrieresprung verspricht.

### K 15 Selbständigkeit

„Habe einfach die großzügige Abfindung genommen und mich damit selbständig gemacht.“  
(Frau D, selbständige PR-Beraterin)

„Mit den Kunden ist es abhängig davon, wo man einen Fuß in die Tür kriegt. Das sind zum Teil persönliche Kontakte oder Erfahrungen aus der Zeit, in der ich als Festangestellte gearbeitet habe.“  
(Frau D, selbständige PR-Beraterin)

Machen PR-Beraterinnen sich selbständig, wird dies zwar meist als große Herausforderung erlebt, aber auch durchweg als positive Entwicklung und Karrieresprung empfunden. Die große finanzielle Unsicherheit, die den Anfang jeder Selbständigkeit begleitet, wird durch Anforderungen wie Zeitmanagement und vor allem durch die alleinige Verantwortlichkeit für die Akquise oft als quälend beschrieben.

Bei schlechter Auftragslage greifen die Geisteswissenschaftlerinnen dann auch wieder auf andere Tätigkeitsfelder zurück, beispielsweise arbeiten sie als Autorinnen für Redaktionen, als Moderatorinnen oder als Veranstaltungsorganisatorinnen, als Dozentinnen oder Ausstellungsmacherinnen. Von den selbständigen PR-Kräften wird fast übereinstimmend geäußert, dass die Akquise kein beliebtes Arbeitsfeld sei und sie diese Tätigkeit am ehesten delegieren würden, wenn sie könnten. In ihrer Idealvorstellung arbeiten sie in einem Netzwerk freier PR-Berater, in dem ein anderer die Kundenakquise übernimmt.

### K 16 Karriereziele

„Ich habe keine Vision oder Perspektive, wo ich zum Beispiel sage, irgendwann werde ich mal Chefin von meiner eigenen Agentur sein.“  
(Frau F, PR-Beraterin Angestellte Agentur)

„Viele Frauen schrecken immer noch davor zurück, eine hohe Verantwortung zu übernehmen, zum Beispiel für einen Eine-Million-Euro-Etat.“  
(Frau M, PR-Beraterin Geschäftsführerin Agentur)

Auf die Frage, welche beruflichen Perspektiven und Ziele für sie bestehen, zeigen sich vielfach Unzufriedenheiten mit dem Status Quo. Bei den angestellten Befragten steht der Wunsch nach beruflichem Aufstieg und mehr Gehalt im Vordergrund. Insgesamt wurden jedoch von den Angestellten wie auch von den selbständig Arbeitenden kaum konkrete Karriereziele geäußert.



Hieraus muss gefolgert werden, dass der eigenen Karriereplanung bislang nicht genügend Raum gegeben wird.

Als Schlüsselfaktor für beruflichen Aufstieg werden BWL- und Managementkenntnisse genannt. Der Weg zu diesen Kenntnissen könnte über beispielsweise ein Abend-Studium, einen MBA-Abschluss oder Management-Seminare führen. Voraussetzung hierfür seien, so die befragten Führungskräfte, sich selbst als Führungspersönlichkeit zu akzeptieren, Verantwortung für andere Mitarbeiter zu übernehmen und sich den Umgang mit hohen Budgets von bis zu mehreren Millionen Euro zuzutrauen.

Um noch höhere Positionen wie die der Direktorin, Geschäftsstellenleiterin oder Geschäftsführerin einzunehmen, sind vor allem ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein und Entscheidungsfähigkeit, Beharrlichkeit sowie der Wille zur Machtausübung maßgeblich. Nützlich für die Karriere von Frauen in der PR seien Chefinnen, die als Vorbild funktionieren und den Balanceakt zwischen Beruf und Familie meistern. Hier ist anzumerken, dass nur zwei der Befragten überhaupt ein Kind haben.

5. *Was müssen insbesondere Frauen bei ihrer Karriereplanung im Bereich PR berücksichtigen?*

K 17 PR als Frauendomäne

„Wir haben immer Frauenüberhang in der PR. Nichtsdestotrotz sind die Managementpositionen viel zu dünn besetzt mit Frauen.“ (Frau C, Business Director Agentur)

Wie auch bereits in mehreren Erhebungen festgestellt, ist im Bereich PR ein Frauenüberschuss festzustellen – nicht jedoch in Führungspositionen. Während Männer sich eher selbständig machen und selber Agenturen gründen, verharren weibliche PR-Kräfte längere Zeit auf gleicher Hierarchiestufe in Agenturen. Viele der Befragten gaben an, nur Kolleginnen zu haben, lediglich der Chef oder Geschäftsführer sei ein Mann.

K 18 Führungskräfte meist Männer

„Gerade bei inhabergeführten Agenturen sieht man ja auch, dass es sehr häufig Männer sind, die diesen Agenturen vorstehen.“ (Frau C, Business Director Agentur)

„Im direkten Vergleich mit meinen männlichen Kollegen bin ich unzufrieden, weil sie alle 10 bis 40 Prozent mehr verdienen.“ (Frau B, Senior PR-Beraterin Agentur)

Oft wurde geäußert, dass Männer sich besser verkaufen können, dass männliche Kollegen oft mehr Gehalt bekommen oder dass finanzstarke Kunden aus der Wirtschaft oder Finanzbranche eher von Männern „bearbeitet“ werden. Nach Ansicht einer Führungskraft liegt die Ursache vielleicht darin, dass Männer sachlicher an ihre Karriere herangehen und nüchtern an der Umsetzung ihrer Karriereziele arbeiten, wohingegen Frauen „eher das nehmen, was kommt“. Dies trifft womöglich in besonderem Maße auf Geisteswissenschaftlerinnen zu, die froh sind, überhaupt einen einigermaßen gut bezahlten und interessanten Job gefunden zu haben.

#### K 19 Karrierehemmnis Familie

„Entweder sind alle Mütter und gelten nicht mehr als einsatzbereit oder wenn du noch keine Mutter bist, dann denkt dein Chef, jeden Moment kommt ein Kind. Das habe ich als echtes Karrierehemmnis empfunden.“ (Frau B, Senior PR-Beraterin Agentur)

„Ich war in den Bewerbungsgesprächen sehr gut aufgestellt, bis zu dem Zeitpunkt, wo ich gesagt habe, ich möchte um 15 Uhr meine Tochter aus dem Kindergarten abholen, dann wurde ich von der Liste gestrichen.“ (Frau E, PR-Assistentin Unternehmen)

Frauen gelten wegen möglicher Kindererziehung als weniger einsatzbereit und empfinden dies als Karrierehemmnis. Hierzu muss man feststellen, dass sämtliche Befragte zwischen 25 und 40 Jahre alt sind. Nur zwei der Befragten haben ein Kind. Ein Wiedereinstieg als Elternteil ist wegen der hohen Arbeitszeitbelastung schwierig, der Job im PR-Bereich gilt als wenig vereinbar mit einer Familiensituation, die auch nachmittags eine Betreuung der Kinder vorsieht. Viele Frauen leiden unter dem hohen Arbeitsaufwand und wünschen sich in Hinblick auf ihre Familienplanung flexible Arbeitszeiten. Es wurde auch geäußert, dass bei der Vergabe von Führungspositionen meist Männer bevorzugt würden, da bei diesen keine Ausfälle wegen Kinderbetreuung zu befürchten seien.

Da viele Frauen ihre Berufstätigkeit zugunsten ihrer Familie für eine begrenzte Zeit unterbrechen wollen oder nur Teilzeit arbeiten möchten, müssen hierfür Verständnis und Konzepte für eine flexible Arbeitszeit gefunden werden. In einigen wenigen Fällen scheint dies möglich zu sein, in den meisten allerdings nicht. So ist es sicherlich schwieriger, als Kontakterin in einer Agentur in Teilzeit zu arbeiten, da sie die erste Ansprechpartnerin für Kunden ist und immer erreichbar sein sollte. Es erscheint hier realistischer, als

PR-Redakteurin in Teilzeit zu arbeiten. Eine Vereinbarung von Familie und Beruf ist dennoch nur mit einem guten sozialen Netz (Partner, Großeltern) möglich. Insgesamt sprachen die Frauen von einer großen zeitlichen Belastung durch ihren Beruf und wünschten sich mehr Privatleben und mehr freie Zeit.

## Zusammenfassung

In dieser Studie wurden über 30 Geisteswissenschaftlerinnen über ihre Erfahrungen im Studium und in der PR-Arbeitswelt befragt. Die Ergebnisse sollen Geisteswissenschaftlerinnen dabei unterstützen, ihre Schlüsselqualifikationen, die sie sich im Studium angeeignet haben, für die PR-Praxis zu erkennen und zu optimieren, dies insbesondere im Hinblick auf das Ziel, später einmal Führungspositionen einzunehmen.

Grundsätzlich agieren PR-Beraterinnen in ihrem Beruf als Generalistinnen. Täglich setzen sie viele der im Studium erworbenen Fertigkeiten zur Lösung ihrer Aufgaben ein: Schreiben, Moderieren, Publizieren, Reden vorbereiten, Präsentieren, Redigieren etc. Da Geisteswissenschaftlerinnen Disziplinen übergreifend denken und sich schnell in neue Themenkomplexe einarbeiten können, sind sie in der Lage, die PR für Organisationen unterschiedlichster Branchen inhaltlich zu gestalten. Während das Schreiben keine Schwierigkeiten bereitet, wurde im Verlauf der Studie deutlich, dass das „Verkaufen“ der Meldungen an Journalisten nicht immer leicht fällt. Vor allem im Bereich der Produkt-PR zur Absatzsteigerung mangelt es den Geisteswissenschaftlerinnen oftmals an der Motivation, „Klinken zu putzen“ und Medienvertreter für Themen zu begeistern, die ihnen selbst wenig relevant oder ohne Nachrichtenwert erscheinen.

Leichter fällt es den Geisteswissenschaftlerinnen bei Kunden aus dem Non-Profit-Bereich – Organisationen aus Bildung, Kunst, Kultur, Medien –, an deren Dienstleistungen oder Ideen die Geisteswissenschaftlerinnen ein potenzielles Interesse haben. In der Studie wurde immer wieder deutlich, dass Geisteswissenschaftlerinnen hier ihre Fähigkeiten breit einsetzen wollen und können. Durch ihre besondere Fähigkeit zum Reflektieren, Gestalten und Vermitteln von sprachlichen Inhalten können sie relevante Bezugsgruppen in

den unterschiedlichsten Kulturen einer Gesellschaft lokalisieren und mit ihnen adäquat kommunizieren.

Zu den wichtigsten Aussagen der Befragten gehört allerdings auch, dass sie ihr Studium nicht als Vorbereitung auf den Beruf betrachten. Diese Angabe erscheint vielen als besonders wichtig, da sich Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Praxis ihr Handwerkzeug erst aneignen müssen und sich selbst deshalb insbesondere im Berufseinstieg sogar als Ungelernte oder Nicht-Qualifizierte einstufen. In diesem Zusammenhang muss allerdings betont werden, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten ihr Studium in Regelstudienzeit abgeschlossen hat, mehrere Praktika in PR-nahen Branchen absolvierte und über Auslandserfahrung oder oft langjährige Tätigkeit als Freie Journalistin verfügt. Insofern muss den häufig geäußerten Bedenken, man habe ja nichts *Richtiges* gelernt, nachdrücklich widersprochen werden. Dieses mangelnde Selbstbewusstsein kann sich als kontraproduktiv erweisen und gar eine Karriere blockieren. Gleichwohl ist es auffällig, dass Geisteswissenschaftlerinnen nur über ein Volontariat der Jobeinstieg gelingt.

Studierende mit dem Berufsziel PR sollten sich bereits im Studium zielgerichtet darauf vorbereiten und theoretische und praktische Fachkenntnisse aneignen. Empfehlenswert ist hier die Belegung von Nebenfächern wie PR und Kommunikation, die in einigen Universitäten angeboten werden. Einige der Befragten betonten zudem, sie hätten von Veranstaltungen mit Dozenten aus der Praxis bzw. Kontaktmessen oder Praktikumsbörsen an den Universitäten profitiert.

Zusätzliche spezifische BWL- und Managementkenntnisse, die insbesondere für Führungskräfte in der PR-Praxis notwendig sind, könnten nach Einschätzung der Befragten dazu beitragen, die häufig vorzufindende mangelnde Bereitschaft zur Akquise von Projekten und Kunden zu verbessern. Allen Generalistinnen kann nur geraten werden, sich einen fachlichen Schwerpunkt zu suchen und frühzeitig Verbindungen zu relevanten Organisationen und Medienvertretern etc. aufzubauen.

In puncto Jobaufstieg wurde bei den Befragten in niedrigeren Positionen eine oft diffuse, wenig zielgerichtete Karriereplanung deutlich. Besonders als Angestellte in Agenturen hängen sie häufig jahrelang in derselben Hierarchiestufe fest – eine Ausweitung der Verantwortung oder eine Gehaltsverbesserung sind oft nur nach Wechsel des Arbeitgebers möglich. Hier wurde vor allem der Wechsel in die PR-Abteilung eines Unternehmens als eine Mög-

lichkeit angegeben, bei weniger Arbeitszeiten den Verdienst zu erhöhen. Als ähnlich Erfolg versprechender und finanziell attraktiver Aufstieg stellt sich die Selbständigkeit der PR-Beraterinnen mit mehreren Jahren Berufserfahrung und Bereitschaft zur Kundenakquise dar. Hier können aus den bestehenden Kontakten und fachspezifischem Know-How Kunden generiert werden. Gleichzeitig eröffnen sie sich als Selbständige die Chance, ihr Tätigkeitsfeld auszuweiten und in PR-nahen Branchen ihre Fähigkeiten als Autorinnen, Dozentinnen oder Ausstellungsmacherinnen unter Beweis zu stellen.

Auch in der PR-Branche gelten Frauen aufgrund der Kindererziehung als weniger einsatzbereit. Vor allem als Angestellte können sie unflexiblen, hohen Arbeitszeitbelastungen dann nicht mehr umfassend gerecht werden. Da viele Frauen ihren Beruf für die Familie für eine begrenzte Zeit aufgeben oder ihn nur in Teilzeit ausfüllen möchten, sind hier Tätigkeiten mit flexiblen Arbeitszeiten, wie die als PR-Redakteurin, einfacher zu realisieren als die der Kundenberaterin.

Die Ergebnisse der Studie können insofern verallgemeinert werden, als innerhalb der Fallstudien Interviewpartnerinnen nach theoretischen Anforderungen ausgesucht worden sind: Es wurden PR-Kräfte in unterschiedlichen Hierarchiestufen, Angestellte in Unternehmen und Agenturen sowie selbständige PR-Beraterinnen befragt. Ihre Tätigkeitsfelder decken die unterschiedlichsten Branchen ab. Hieraus lässt sich folgern, dass die Studie als eine erste Bestandsaufnahme der Arbeit von Geisteswissenschaftlerinnen in der PR-Praxis in Deutschland zu betrachten ist sowie Themen und Fragen für weitergehende Forschungen aufwirft.

Aus den Grenzen der Arbeit lassen sich verschiedene Perspektiven für die weitere Forschung ableiten. So könnten die Ergebnisse anhand einer größeren Fallzahl vertieft oder ausschließlich Führungskräfte befragt werden. Die Ergebnisse würden die Möglichkeit bieten, noch detailliertere Aussagen über mögliche Karrierewege von Geisteswissenschaftlerinnen im zukunfts-trächtigen Bereich PR zu treffen.

## Literatur

- Fröhlich, Romy, Peters, Sonja und Eva-Maria Simmelbauer*, 2005: Public Relations. Daten und Fakten der geschlechtsspezifischen Berufsfeldforschung. München.
- Mayring, Philipp*, 2003: Qualitative Inhaltsanalyse. Weinheim/Basel.
- Strauss, Anselm und Juliet Corbin*, 1996: Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim.



# Kreative in Berlin – GeisteswissenschaftlerInnen in der Kultur- und Kreativwirtschaft<sup>1</sup>

*Alexandra Manske, Janet Merkel*

*Wenn der Berliner Bürgermeister sich so  
sehr mit der Kreativwirtschaft schmückt  
und das fördern will, dann muss er aber  
auch mal in diese Situation reinschauen.*

(A8)

## 1. Einleitung

Die vorliegende Expertise beleuchtet mit Berlins Kultur- und Kreativwirtschaft ein Arbeitsmarktsegment für GeisteswissenschaftlerInnen, das zunehmend zu einem wichtigen Standortfaktor der Stadt wird. Zugleich nimmt mit der wenigstens relativen, wenn nicht sogar absoluten Expansion der Kreativ- und Kulturwirtschaft ihre arbeits- und sozialpolitische Regulierung ab. In den Fokus rückt somit eine Arbeitsmarktnische für GeisteswissenschaftlerInnen, die sowohl deren steigende Bedeutung als KulturproduzentInnen anzeigt als auch aufgrund der Unsicherheit dieses Arbeitsmarktsegmentes die Labilisierung und Verunsicherung von Erwerbs- und Lebenslagen vieler GeisteswissenschaftlerInnen verdeutlicht.

Unsere zentrale Annahme lautet, dass die Kreativwirtschaft ein (wirtschafts)politisch konstruiertes Feld ist, das sich in einem spezifischen Mo-

---

<sup>1</sup> Der vorliegende Text ist ein gekürzter und im Aufbau leicht veränderter Ausschnitt der Originalstudie. Die Langfassung ist in Kürze als WZB-Discussion Paper erhältlich.



dernisierungsprozess befindet, der überspitzt als „Ökonomisierung der Kulturwirtschaft“ zu beschreiben ist. Empirischer Indikator der Ökonomisierung ist die politisch forcierte Machtverschiebung zwischen den kreativwirtschaftlichen Teilmärkten.

Die Expertise ist eine Originalstudie mit explorativem Charakter. Sie wird auf qualitativer Basis als Mehrebenenanalyse umgesetzt und besteht aus einem theoretisch-rekonstruktivem und einem empirischen Teil (vgl. Flick 1995). Datengrundlage sind Experten- sowie Akteursinterviews. Als Experte gilt, wer über einen privilegierten Zugang zu Informationen über die zu erforschenden Personengruppen hat und über deren Handlungsbedingungen Auskunft geben kann.

In der vorliegenden Untersuchung traf dieses Kriterium auf eine Sachverständige der Enquetekommission „Kultur in Deutschland“ des Bundestages, ein Beratungsunternehmen für Kreative, den Geschäftsführer eines Büros für Stadtmarketing, die Geschäftsführerin von „Create Berlin“, eine Vertreterin des Berliner Senats für Wirtschaft, Technologie und Frauen sowie die Expertin für Capital City Marketing des Berlin Partner Beratungsunternehmens zu. Als „kreativ“ wurde ins Sample aufgenommen, wer in einem der kreativwirtschaftlichen Erwerbszweige als Alleinunternehmer tätig ist. Durchgeführt wurden sechs Experteninterviews und neun Akteursinterviews. Die Detailfragen lauten wie folgt.

1. Welche geisteswissenschaftlichen Studienabschlüsse sind in unserem Sample vertreten und stellen sie eine Ressource in der Kreativwirtschaft dar?
2. Auf welchen Teilmärkten verorten sich die Akteure?
3. Mittels welcher Strategien behaupten sich die Akteure am Markt?
4. Welche Bedeutung hat Berlin als Standort für Kreative?

## 2. Kultur- und Kreativwirtschaft als städtischer Boomfaktor und Erwerbsfeld

Die verschiedenen Wirtschaftszweige der Kreativwirtschaft gelten als wachstumsdynamisch und stehen mit ihren vorwiegend flexiblen Arbeitsmodellen

prototypisch für postindustrielle Erwerbs- und Arbeitsformen. Vor allem im Rahmen städtischer Revitalisierungsbemühungen erfahren die Kultur- und Kreativwirtschaft gesonderte Aufmerksamkeit. So ist Berlins „Szenekultur“ soziokulturell wie auch als expandierender Arbeitsmarkt und Wirtschaftszweig von hoher Bedeutung.

### 2.1 *Kreativwirtschaft in Berlin*

In der Berliner Kreativwirtschaft erwirtschafteten im Jahr 2005 mehr als 22.600 überwiegend mittelständische Unternehmen einen Umsatz von knapp 18,6 Mrd. €. Sie erreichten damit einen Umsatzanteil von circa 20 % an der Wertschöpfung der Berliner Wirtschaft. Allein von 2000 bis 2005 stieg die Zahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen um 30 %. Mit rund 90.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und ca. 20.000 Selbständigen arbeiten damit über 8 % (ohne Freiberufler und freie Mitarbeiter) der Berliner Beschäftigten in den verschiedenen Teilmärkten der Kreativwirtschaft. Jeder zweite „Kreative“ arbeitet als Alleinunternehmer. Zugleich hat die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kreativwirtschaft von 2000 bis 2006 um 3 % abgenommen (vgl. Geppert, Mundelius 2007, Senatsverwaltung für Arbeit, Technologie und Frauen 2007).

Dass sich Berlin als kulturelles und kreatives Gravitationszentrum, kurz *als kreative Stadt*, definiert sowie die Kultur- und Kreativwirtschaft als zukunftsfähiger und wachstumsdynamischer Wirtschaftssektor attribuiert wird, zeigt sich auch an den Bemühungen auf Berliner Bezirksebene, die ökonomische Bedeutung in einzelnen Stadtteilen zu erheben (vgl. Mundelius 2006 b).

### 2.2 *Kreativwirtschaft – Architektur eines Erwerbsfeldes*

Bis heute gibt es sowohl in der wirtschaftspolitischen als auch in der wissenschaftlichen Diskussion keine einheitliche Definition der zur Kreativwirtschaft zugehörigen Teilmärkte und Branchen. Diese Uneinheitlichkeit erschwert die wissenschaftliche Untersuchung (vgl. Wiesand 2006). Um die gegebene Problemstellung konzeptionell diskutieren zu können, führen wir daher unterschiedliche Diskussionsstränge und Theorieausrichtungen zu-

sammen.<sup>2</sup> Es handelt sich um Debatten und Theoriekontexte, die sich zwar auf den ersten Blick ähneln, die sich bei genauerem Hinsehen aber als sehr unterschiedlich entpuppen. Im Folgenden werden daher zwei Zugänge vorgestellt, die ein differenziertes Bild über den Gegenstand „Kreativwirtschaft“ zulassen.

Der Ursprung des Begriffes „Creative Industries“ und seiner Verwendung als Kreativwirtschaft im deutschsprachigen Raum liegt in Großbritannien Mitte der 1990er Jahre. Ziel des Terminus „Creative Industries“ ist es, die wachsende Verflechtung zwischen den Bereichen Kunst und Kultur sowie der Ökonomie aufzuzeigen (vgl. Hartley 2007).

Der Kulturstatistiker Michael Söndermann unterscheidet zwischen Kreativwirtschaft im engeren und im weiteren Sinne (Söndermann 2006: 8ff.): Die originären Bereiche der künstlerischen und kulturellen Produktion bilden die Kulturwirtschaft und werden als Kern der Kreativwirtschaft verortet. Darunter fallen die Teilmärkte Musikwirtschaft, Literatur-, Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt, Film-, Video- und Rundfunkwirtschaft, Design- und Architekturmarkt und Markt für kulturelles Erbe (ebd.: 9). Als kreative Branchen werden jene Wirtschaftszweige gekennzeichnet, die künstlerische und kulturelle Produktion mit technologischer, innovativer und wissenschaftlicher Kreativität verknüpfen, also die Softwarebranche oder die Werbewirtschaft (Söndermann 2007: 9).

Im Kulturwirtschaftsbericht von Berlin (2005) wird nicht von Kreativwirtschaft gesprochen, sondern von Kulturwirtschaft. Erst seit 2007 werden die Begriffe deckungsgleich verwendet und nur noch als „Kreativwirtschaft“ annonciert. So fokussiert die Definition der Berliner Senatsverwaltung den „erwerbswirtschaftlichen Sektor und damit alle Unternehmen und Selbständigen, die gewinnorientiert und in privater Rechtsform kulturelle Güter produzieren, vermarkten, verbreiten oder damit handeln. Auch gewerbliche Betriebsteile von Kulturinstitutionen zählen zur Kreativwirtschaft“ (Kulturwirtschaftsbericht Berlin 2005: 8). Ausgeklammert bleibt bei dieser Definition von Kreativwirtschaft der gemeinnützige, intermediäre Sektor mit seinen Non-Profit-Aktivitäten. Ebenso offen lässt die aktuelle Definition die Frage,

---

2 Ein detaillierter Theorievergleich kann im Rahmen dieser Expertise nicht diskutiert werden und markiert weiteren Forschungsbedarf.

welche Rolle der öffentliche Kultursektor in der Kreativwirtschaft spielt. Dennoch bezieht sich die Begriffsdefinition im Kulturwirtschaftsbericht bereits auf den erwerbswirtschaftlichen Einsatz kultureller Güter und Dienstleistungen. Wenngleich implizit, knüpft diese Definition an die erwerbs- und arbeitsmarktsoziologische Debatte um Kulturdienstleistungen an (vgl. Haak, Schmid 1999, Gottschall 1999).

Der Komplex „Creative Industries“ wird in den Sozialwissenschaften primär aus einem arbeitsmarktpolitischen sowie erwerbssoziologischen Blickwinkel untersucht (vgl. insbesondere Betzelt 2006, Gottschall 1999, Haak, Schmid 1999). Im Fokus stehen dabei etwa die Geschlechterarrangements von Paaren in den alten und neuen Medien, d.h. im Print- sowie im Online-Journalismus (vgl. Henninger 2005). Ebenso werden anhand der sozialen Lage von IT-Alleinunternehmern neue Prekarisierungskonfigurationen ins Licht gerückt (vgl. Manske 2007a). Gegenstand dieser Diskussionen sind daher empirische Indikatoren widersprüchlicher Modernisierungsprozesse wie z.B. stärker marktbezogene Regulationslogiken.

Sigrid Betzelt unterscheidet in ihren erwerbssoziologischen Untersuchungen zwischen primären und sekundären Kulturberufen. „Primäre“ Kulturberufe seien vorrangig mit freier künstlerischer Produktion befasst, „sekundäre“ Kulturberufe stärker in marktbezogenen und kulturvermittelnden Tätigkeiten beschäftigt (vgl. Betzelt 2006). Versucht man diese Definition auf die Debatte um Kreativwirtschaft anzuwenden, dann würde nur der zweite Typ als Untersuchungsfall in Frage kommen, da wir auf Alleinunternehmer in der Kreativwirtschaft mit erwerbswirtschaftlichem Zweck fokussieren, also marktorientierte Kreative im Blick haben. Zudem impliziert die Zweiteilung nach Betzelt, dass die „Kreativen“ des ersten Typus ohne erwerbswirtschaftlichen Zweck agieren.

Wir glauben jedoch, dass sich die Kreativwirtschaft gerade durch eine Verknüpfung der beiden Differenzierungsmerkmale auszeichnet und dass „primäre“ mit „sekundären“ Merkmalen spezifisch verzahnt sind. Ob daher die Differenzierung zwischen „freier Kunst“ und „kulturellen Dienstleistungen“ für die Kreativwirtschaft aufrecht erhalten bleiben kann, muss angezweifelt werden und wird später wieder aufgegriffen. Wir reden indes im Folgenden behelfsmäßig von Kreativwirtschaft auch als Kulturdienstleistungen. Wie sich zudem später aus akteursorientierter Perspektive zeigen wird, greift eine ausschließlich erwerbswirtschaftliche Perspektive auf die künstle-

risch-kulturellen und kreativen Aktivitäten, wie es die Konzeption kreativwirtschaftlicher Branchen vorsieht, zu kurz.

Dem hier favorisierten „Europäischen Modell der Kreativwirtschaft“ zufolge überschneiden sich in der Kreativwirtschaft der privatwirtschaftliche Teilsektor mit dem öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb (vgl. Söndermann 2007). Demnach bilden die drei Teilsektoren ein dichtes wirtschaftliches, kulturelles und soziales Beziehungsgeflecht, das vor allem für die Betrachtung von Kreativwirtschaft in urbanen Räumen nicht vernachlässigt werden sollte.

### 2.3 *Wer sind die „Kreativen“?*

Auffallend an den Kulturwirtschaftsberichten ist, dass eine bedeutende Akteursgruppe nur angesprochen, aber nicht differenziert dargestellt wird: die Freiberufler und Alleinunternehmer. Aufgrund der unzureichenden Differenzierung in den Dienstleistungsbereichen nach Berufsspezifika bieten der Mikrozensus und die Beschäftigtenstatistik sowie die Panelstudie SOEP kaum verlässliche Daten über die soziostrukturelle Lage der Akteure in der Kreativwirtschaft (vgl. zum Datenproblem Betzelt 2006, Manske 2007a, Söndermann 2004). Diese müssen durch qualitative Befragungen erhoben und durch weitere Informationsquellen, wie die Umsatzsteuerstatistik, Künstlersozialkasse oder Einkommenssteuerstatistik ergänzt und teilweise sogar geschätzt werden (vgl. Söndermann 2007).

Nach Söndermann (2007) muss davon ausgegangen werden, dass bundesweit 74 % der Unternehmen der Kreativwirtschaft von Alleinselbständigen betrieben werden (ebd. 2007: 16). Für die Kreativwirtschaft in Berlin kommt eine Erhebung des DIW Berlin zu dem Schluss, dass ca. 45 % aller Beschäftigten als Freiberufler und Selbständige in den verschiedenen Teilmärkten tätig sind (vgl. Geppert, Mundelius 2007). Insgesamt sind damit 9 % an der Gesamtzahl der Beschäftigten in Berlin Kreative (ebd.: 491). Auch wenn diese Zahlen größtenteils auf Schätzungen basieren, übertreffen sie den Selbständigenanteil von 11 % in der Gesamtwirtschaft erheblich (vgl. Schulze-Bischoff 2006).

Noch schwieriger gestalten sich die statistischen Datenangebote bezüglich des Anteils von GeisteswissenschaftlerInnen im Arbeitsmarkt Kreativwirtschaft. Da in Mikrozensus und SOEP nach dem aktuellen Beruf bzw. ei-

ner Selbsteinordnung gefragt wird, aber nicht nach der Qualifikation und dem Ausbildungsprofil, lassen sich hieraus keine Angaben zur Erwerbssituation in der Kreativwirtschaft ablesen. Hierin liegt, so bemerken Gottschall und Betzelt ganz richtig, „eine große Diskrepanz zwischen der gesellschaftlichen Prägekraft der Kulturindustrie einerseits und der gesellschaftlichen Aufklärung über deren soziale Basis andererseits“ (ebd. 2003: 16).

#### *2.4 Die Kreativwirtschaft als Erwerbsfeld*

Trotz der zweifellos zu begrüßenden Aufmerksamkeit für die Kreativwirtschaft kann als wesentliches Manko des politischen Diskurses wie auch in Teilen der wissenschaftlichen Debatte ihre ökonomische und ökonomisierende Verengung sowie eine gewisse analytische Beliebigkeit betrachtet werden. Während die Kreativwirtschaft als Wirtschaftsfaktor zunehmende Aufmerksamkeit erfährt, wird das Erwerbsfeld Kreativwirtschaft eher deskriptiv und wirtschaftspolitisch abgebildet und zu einem Sammelsurium, einer amorphen Masse kulturwirtschaftlicher Dienstleistungen gebündelt. Mehr noch, die Debatte fügt sich nahezu nahtlos in jenen Ökonomisierungsdiskurs ein, der in den letzten Jahren hegemonial geworden ist. Die „Ökonomisierung des Sozialen“, wie es etwa Axel Honneth oder Sighard Neckel nennen, führe dazu, dass eine ökonomisierende Perspektive auf nahezu alle gesellschaftliche Bereiche ausgedehnt werde und sämtliche soziale Prozesse auf das Prinzip von Angebot und Nachfrage reduziert werden (vgl. Honneth 2002).

Nun geht es im vorliegenden Fall selbstredend auch um wirtschaftliche Wertschöpfung – doch lassen sich selbst diese bekanntlich nicht allein auf das genannte ökonomische Prinzip reduzieren. Jedenfalls sollte das Thema „Kreativwirtschaft“ nichtsdestoweniger aus einer arbeitsmarkttheoretischen sowie ungleichheitstheoretisch informierten Perspektive betrachtet werden, da es im vorliegenden Fall um die spezifische Zusammenführung, Überlappung oder auch Abstoßung zweier gesellschaftlicher Logiken und ihrer Rationalitäten geht; nämlich um eine eher kulturspezifische oder gar künstlerische Logik und um eine erwerbswirtschaftliche Logik. Unser Ziel kann und soll es nicht sein, die Verdienste oder gar mögliche Versäumnisse der Wirtschaftspolitik auf dem Feld der Kreativwirtschaft zu analysieren oder gar zu bewerten.

Demgegenüber betrachten wir die Kreativwirtschaft als einen machtpolitisch durchdrungenen Arbeitsmarkt, auf dem die unterschiedlichsten Akteure in den genannten drei Teilmärkten der Künste und der Medien sowie angrenzenden Tätigkeitsfeldern arbeiten (vgl. Wiesand 2006: 12). Wir verstehen daher die Kreativwirtschaft zunächst als einen ökonomischen Ort, an dem durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage die Preisbildung für die gehandelten Produkte stattfindet. Darüber hinaus gehen wir aber auch davon aus, dass ein Arbeitsmarkt nicht nur ökonomisch reguliert ist. Mehr noch, es gibt keinen gleichen oder idealen Markt in den Begriffen der ökonomischen Theorie (Foucault 2004, Bourdieu 1987, vgl. auch Granovetter 1973).

Deshalb wird die Kreativwirtschaft zugleich als ein Ort sozialer und kultureller Handlungen und Deutungen aufgefasst, an dem soziale und historisch situierte Akteure über eine feldspezifische und mithin gesellschaftliche Ordnung verhandeln. Die Kreativwirtschaft wird somit als eine Arena verstanden, in der unterschiedliche soziale Akteure entlang der Wertschöpfungskette um eine gesellschaftliche Ordnung ringen (vgl. Bourdieu 1987, Gottschall, Schell 2000). Als Teilbereich des sozialen Raumes betrachtet, der einen arbeitsteilig organisierten, relationalen Strukturzusammenhang abgibt, sind die einzelnen sozialen Felder respektive Teilmärkte der Kreativwirtschaft, wiewohl funktional differenziert, strukturell miteinander verbunden. Jedwede soziale Bewegung in einem Teilbereich hat daher Rückwirkungen auf die anderen Teilbereiche und sozialen Felder (vgl. Castel 2000).

Die folgenden Ausführungen sind vor dieser heuristischen Folie zu lesen und werden im Rahmen eines empirischen Dreiecks von privatwirtschaftlich – öffentlich gefördert – gemeinnützig analysiert.

### 3. Ein Arbeitsmarkt für GeisteswissenschaftlerInnen

In den vorangegangenen Kapiteln haben wir festgehalten, dass die Kreativwirtschaft ein machtpolitisch durchdrungener Arbeitsmarkt ist, auf dessen Teilmärkten die verschiedenen Akteure unter ungewissen und konkurrenten Bedingungen eine legitime Ordnung in einem spezifischen sozialen Raum verhandeln. Offen blieb jedoch bislang, wie sich diese Ordnung in der sozialen

Praxis von GeisteswissenschaftlerInnen artikuliert und wie sie sich beschreiben lässt.

### *3.1 Geisteswissenschaftliches Studium – Ressource in der Kreativwirtschaft*

Nahezu die Hälfte der befragten Akteure hat Kulturwissenschaften studiert. Ein Interviewpartner hat einen Magister in Kommunikationswissenschaft/Publizistik, ein weiterer in Film- und Theaterwissenschaft/Philosophie/Psychologie. Zwei weitere Befragte haben einen Abschluss in Theaterwissenschaften und Kunstgeschichte/BWL/Psychologie.

Zwei Drittel der Befragten gaben an, dass ein geisteswissenschaftliches Studium eine notwendige Ressource für ihre Tätigkeit in der Kreativwirtschaft darstellt. Zugleich trifft zu, dass ein geisteswissenschaftliches Studium nicht berufsqualifizierend im hergebrachten Sinn wirkt. Vielmehr vermittelt es strategische Kompetenzen, die es den Befragten erlauben, bereits während des Studiums inhaltlichen Interessen nachzugehen. Im Verlauf diverser Praktika und Jobs bauen die Befragten das Erlernte zu einem individualberuflichen Profil aus und können sich folglich an entsprechenden Schnittstellen in der Kreativwirtschaft positionieren. So erklärt beispielsweise eine Akteurin, dass sie sich „nach dem Studium als Selbständiger ohne ein Berufsprofil gefühlt“ (A1) und nicht gewusst hat, was sie damit anfangen sollte. Über verschiedene Praktika und Zufälle hat sie erst zwei Jahre nach dem Studium den Einstieg in ihre heute Tätigkeit gefunden.

Die Offenheit und berufliche Unbestimmtheit des geisteswissenschaftlichen Studiums bietet die Möglichkeit, sich in diversen Branchen „auszuprobieren“ und schließlich einzufinden. Umgekehrt schult dieselbe Unbestimmtheit eine Durchhaltefähigkeit, ohne die die Befragten in der Kreativwirtschaft vermutlich nicht reüssieren könnten. So werden in den Interviews unter anderem persönlichkeitsbildende Kompetenzen wie eine gewisse „Zähigkeit“ (A1) hervorgehoben, dass man Dinge zu Ende bringen gelernt habe. Doch auch genuin geisteswissenschaftliche Qualifikationen werden seitens der Befragten als erwerbsspezifische Ressource unterstrichen. Wissenschaftliches Arbeiten wie die gründliche Themen-Recherche und -findung, das heißt, hermeneutische Qualifikationen und die Fähigkeit, die Welt aus wechselnden



Perspektiven zu betrachten, werden als eine wichtige Ressource hervor gehoben ebenso wie kulturelle Kompetenzen.

„Dass man lernt, sich in Themenbereiche einzuarbeiten und Dinge zu strukturieren. Das ist so Wissensmanagement, was man lernt. [...] Ich hab da ne andere Reflexion über Dinge als z.B. WiWis. Ich habe ne größere Interpretationsspanne oder nen anderen analytischen Umgang mit Kategorien“. (A3)

Aber auch fachspezifische Kenntnisse werden angeführt. So betonen vor allem die freien Projektentwickler, dass sich die inhaltlich-analytische Auseinandersetzung mit verschiedenen Kunstformen und Kulturpraktiken aus ihrem Studium auf ihre Arbeit auswirkt und sie nun als „Experten“ ausweist.

„Das ist so ein intellektuelles Verständnis von Kreativität, das die Kreativen nicht akzeptieren können. Die denken immer, dass sie alles emotional erklären können, aber sie bewegen sich immer in vorgefestigten und vorgeformten Schemata. Und wenn man die Schemata kennt, dann ist es relativ einfach. Das sind immer dieselben Muster“. (A7)

Das Studium stellt für die Befragten nicht nur einen Pool an überfachlichen Kulturkompetenzen bereit, sondern befähigt sie zu unternehmerischem Handeln und individueller Ausprägung eines Berufes. GeisteswissenschaftlerInnen sind daher strukturell geradezu prädestiniert, einen Individualberuf auszubilden, der sich nach dem Arbeits- und Industriesoziologen G. Günter Voß durch *reflexive Verberuflichung* und eine *relativierte Fachlichkeit* auszeichnet. Der Individualberuf fügt sich demnach nicht in institutionell abgesicherte Formen ein, sondern ist wesentlich stärker individuell geformt. Deshalb könne hier nicht im herkömmlichen Sinn von einer Berufskarriere gesprochen werden, sondern von einer konjunktur-, branchen- und lebensabhängigen Dynamik, kurz von einer Beruflichkeit, die im hohen Maße durch Kontingenz gezeichnet ist (vgl. Voß 2007: 107).

### 3.2 Verortung in den Teilmärkten der Kreativwirtschaft

Die befragten GeisteswissenschaftlerInnen sind in den Wirtschaftszweigen Musik, Darstellende Kunst und Film/Radio/TV verortet. Zugleich zeigt sich, dass die Einordnung nach Wirtschaftszweigen problematisch ist. Denn das wesentliche Kennzeichen der befragten GeisteswissenschaftlerInnen ist, dass sie in verschiedenen Branchen und „Kreativsektoren“ (erwerbswirtschaftlich, öffentlich, gemeinnützig) tätig werden und sich nicht auf einen festlegen lassen.

So produziert eine Akteurin Hörspiele für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, im Auftrag eines Verlages erstellt sie Hörbücher, für einen Theaterverein organisiert sie Hörspielabende und im Auftrag einer Kultureinrichtung veranstaltet sie jährlich einen Wettbewerb. Sie überbrückt damit die Wirtschaftszweige Musik, Film/Radio/TV sowie Darstellende Kunst und ist zugleich in allen „Kreativsektoren“ aktiv.

Zudem bewegen sich die Befragten überwiegend in einem Projektkosmos, das heißt in einer „diskontinuierlichen Folge unternehmerischer Handlungen, die sich als Serie zeitlich limitierter Projekte vollzieht, die wiederum Ergebnis sozialer Interaktionen in wechselnden Akteursnetzwerken bilden“ (Bröckling 2007: 278). Zum Teil werden diese Projekte durch Stipendien, von verschiedenen öffentlichen, auch internationalen Kulturstiftungen oder Förderprogrammen unterstützt. Sie bieten den Akteuren jedoch nur ein geringes und unberechenbares Einkommen. Vielmehr geht es den Interviewten bei diesen Projekten um die Verwirklichung ihrer Interessen, den Aufbau von Vertrauensbeziehungen, Anerkennung, Praxis und nicht zuletzt um wichtige Kontakte.

Auch wenn die Kernmärkte innerhalb der einzelnen Branchen der Kreativwirtschaft eher klassische Ausbildungsprofile, wie sie an einer Kunsthochschule erlernbar sind, nachfragen, so bieten sich in den erweiterten Teilmärkten der Kreativwirtschaft eine Vielzahl von Quereinsteigermöglichkeiten und erwerbswirtschaftliche Chancen für GeisteswissenschaftlerInnen. Gleichwohl erweist sich die Kategorisierung nach Wirtschaftszweigen als nur bedingt praxistauglich, da die Akteure zwischen den Wirtschaftszweigen sowie zwischen den Kreativsektoren pendeln. So handelt es sich bei der Kreativwirtschaft offenbar um ein spezielles Erwerbsfeld, in dem künstlerische Selbstentäußerung und erwerbswirtschaftliche Handlungsmuster zusammen fließen.

### *3.3 Wirtschaftliche Lage: kreativ = prekär?*

Während bisher vorliegende quantitative Untersuchungen zur Kreativwirtschaft wegen der hoch aggregierten Daten und weil das Einkommen vieler Kreativer unterhalb der statistischen Wahrnehmungsschwelle liegt, keine validen Aussagen zur wirtschaftlichen Lage von Kreativen machen können (vgl. Geppert, Mundelius 2007), bietet vorliegende Untersuchung einen explorativen Einblick in diese Problematik.

Das Einkommen der Befragten umfasst nach Selbstauskünften eine Spanne von 10.000-29.000 € pro Jahr und liegt damit weit unter dem Durchschnittsverdienst von Akademikern, aber nahe an der Armuts-Risikogrenze und ist zugleich repräsentativ für den mageren Durchschnittsverdienst von Alleinunternehmern. Während im oberen Quintil das Einkommen der Untersuchungsgruppe etwa halb so hoch wie der durchschnittliche Verdienst von Vertretern eines vergleichbaren Bildungsniveaus ist, entspricht es im unteren Quintil ungefähr der EU-Armutsrisikogrenze (vgl. Böhnke 2005).

Selbst wenn mögliche Verzerrungen bedacht werden und das Einkommen einiger Befragten höher zu veranschlagen ist, zeigt sich mithin ein ähnliches Muster wie in anderen Kulturbereichen: Die Kombination von überdurchschnittlicher Bildung und unterdurchschnittlichem Einkommen. Es scheint daher so, dass sich hier Befunde aus anderen Untersuchungen bestätigen, dass nämlich Beschäftigungsgruppen aus dem Kreativ- und Kulturbereich für ein neues strukturelles Phänomen stehen, in dem sich die meritokratische Triade aus Bildung, Beruf und Einkommen in bestimmten Segmenten des sozialen Raums systematisch entkoppelt (vgl. z.B. Betzelt 2006, Haak 2005, Manske 2007a, Kreckel 1992).

Für die Akteure ergibt sich somit eine widersprüchliche Situation: Sie verfügen über einen überdurchschnittlichen Bildungsstand, teilweise langjährige Berufserfahrung, doch spiegelt ihre soziale Lage dies nicht wider. Vielmehr befinden sie sich subjektiv sowie objektiv in einer sozialen Schwebelage (Dörre et al. 2006), die ihnen teilweise den Status „Hartz IV“-Empfänger zuweist, was „ne elende Situation“ (A8) sei. Vor diesem Hintergrund wächst eine Mitgliedschaft in der Künstlersozialkasse über den Stellenwert einer günstigen Krankenversicherung hinaus zu einer institutionellen Anerkennung und der Gewissheit dazu zu gehören.

„Für meine Lebenssituation würde ich mir wünschen, dass es Möglichkeiten gibt, diese Ein-Mann-Unternehmen etwas mehr zu unterstützen und die mir vor allem einen Status geben. Denn dieser auf Hartz IV hier in Deutschland ist ne elende Situation.“ (A8)

Nach Beobachtung der Expertin E1 haben viele Kreative mentale Techniken entwickelt, um mit den vielfältigen Unsicherheiten wirtschaftlicher Natur, aber auch in Bezug auf die erwerbsbiografische sowie private Planungsunsicherheiten, kurz mit dem umzugehen, was soziologisch als „prekär“ eingestuft wird. Dazu gehöre wirtschaftlich den „Ball flach zu halten“ (E1), z.B.

sich in Wohn- oder Konsumfragen einzuschränken und das gewohnte Wohlstandsdenken runter zu pegeln.

Dass insbesondere Kreative von prekären Lebensbedingungen betroffen sind und sie billigend als „neue Normalität“ in Kauf nehmen, deckt sich mit anderen Untersuchungen, etwa zu Alleinunternehmern in der IT-Branche. Hier wurde festgestellt, dass Selbstbestimmung und soziale Deklassierung unter radikal marktvermittelten Bedingungen untrennbar miteinander verknüpft sind und dass dieses Risiko von den Akteuren bewusst eingegangen wird, um generationell erlernte Freiheiten in der Lebensführung trotz materieller Knappheiten aufrecht zu erhalten (Manske 2007a: 212). Allerdings soll damit nicht dem Klischee Vorschub geleistet werden, dass Kreative materielle Knappheiten durch eine konsequent wertrationale Arbeits- und Lebenshaltung kompensieren, wie der Abschnitt über die zwei realtypisch differenzierten Akteursstrategien zeigen wird.

#### 4. Akteursstrategien: Der Feste Freie und der Selbstunternehmer

In der Kreativwirtschaft treffen zwei im Widerspruch zueinander stehende Logiken aufeinander, die künstlerische und die wirtschaftliche. Dieser Widerspruch gerinnt in der sozialen Praxis zu zwei groben Kategorien von Handlungsmustern: Zum einen sind das die klassischen Festen Freien und zum anderen die Selbstunternehmer. Ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede werden nun dargestellt.

##### 4.1 *Aufträge vs. Projekte*

Das zentrale Merkmal des klassischen Festen Freien in dieser Untersuchung ist seine arbeitnehmerähnliche Erwerbssituation. Er zeichnet sich durch ein starkes Berufsprofil aus, agiert jedoch nicht frei auf dem Markt, sondern ist abhängig von verschiedenen, mitunter auch nur von einem Auftraggeber. Alle Befragten der Kategorie „klassisch Feste Freie“ verfügen über eine feste Auftraggeberstruktur. Sie haben folglich einen Erwerbsstatus inne, wie er sich mit dem Aufstieg der Privatmedien seit den 1980er Jahren und eine De-

kade später, nämlich in den 1990er Jahren, auch in den klassischen Medien durchgesetzt hat (Gottschall 1999).

Mit Rückgriff auf das Drei-Sektorenmodell und als machtpolitisches Feld betrachtet zeigt sich, dass die klassisch Festen Freien unseres Samples eher in den Medien (Film, Radio, TV und Printmedien) und damit im privatwirtschaftlich organisierten Bereich der Kreativwirtschaft anzutreffen sind. Sie haben ein oder zwei feste Auftraggeber. Diese versorgen sie langfristig mit Aufträgen, entlasten sie von der aktiven Auftragssuche und bieten den Akteuren eine entsprechende Planungssicherheit sowie einen relativ gesicherten sozioökonomischen Status. So liegt das Einkommen der festen Freien in unserem Sample deutlich über dem Einkommen der Selbstunternehmer.

Die Selbstunternehmer hingegen, immerhin sind das sechs der neun befragten Akteure, zeichnen sich im Kern dadurch aus, dass ihre soziale Existenz radikal marktabhängig ist.<sup>3</sup> Die als Selbstunternehmer klassifizierten Akteure entwickeln vornehmlich eigene Projekte und versuchen für ihre Ideen einen Abnehmer zu finden. Für diese Befragten ist daher typisch, dass sie verschiedene Branchen, Marktsegmente sowie Sektoren der Kreativwirtschaft überbrücken und sich sektoral weniger festlegen lassen. Ihre Verortungsstrategien orientieren sich weniger an klassischen Branchenstrukturen oder an Teilmärkten, sondern folgen primär persönlichen Interessen und erwerbsbezogenen Kompetenzen. So entwickeln die Selbstunternehmer Projekte für den öffentlichen und den gemeinnützigen Kultursektor gleichermaßen wie für die freie Wirtschaft, je nachdem mit welchem Partner sie ihre Projekte realisieren können.

Für die Selbstunternehmer gestaltet sich die wirtschaftliche Lage weitaus schwieriger als für die festen Freien. Sie ist gekennzeichnet durch sich überlagernde Projekte oder ausgedehnte „Pausen“ zwischen den Projekten und zeigt sich darin, dass man „chronisch unterfinanziert ist und alle Risiken allein trägt“ (A9). So schwanken die Einkommen erheblich von Monat zu Monat. Da häufig auf Rechnung gearbeitet wird und das Honorar erst lange Zeit

---

3 Von einer radikal marktvermittelten sozialen Lage soll gesprochen werden, wenn die soziale Existenz aus wohlfahrtsstaatlichen Arbeitsmarktprozessen herausgelöst ist und somit außerhalb erwerbsbezogener Sicherungssysteme sowie außerhalb traditioneller arbeitspolitischer und/oder ständischer Strukturierung der Erwerbsverhältnisse steht (vgl. Manske 2005).

nach Fertigstellung gezahlt wird, müssen die Akteure oft in Vorleistung treten. Von dem häufig nicht allzu üppigen Salär sichern sie sich dann über Monate hinweg ihre Lebensgrundlage. Die langen Entwicklungs- und Vorbereitungsphasen, aber auch die erzwungenen Freiräume machen das Leben zu einem schwierigen und allemal unberechenbaren „Abenteuer“.

Für viele Befragte zahlt sich ihre Tätigkeit in der Kreativwirtschaft insbesondere dann kaum aus, wenn sie auf öffentliche Förderung bzw. auf Engagements in öffentlichen Kultureinrichtungen angewiesen sind. Wie prekär eine solche Existenz werden kann, zeigt sich mit Blick auf eine Kulturwissenschaftlerin. Auf den ersten Blick erkennt man sie zwar als durchaus erfolgreiche Kuratorin der Berliner Off-Kultur-Szene. Jedoch konstatiert sie, dass sie von ihrer Tätigkeit kaum leben könne. Bisweilen sei das Honorar öffentlicher Kultureinrichtungen respektive Förderungen so gering, dass sich ein Jahresschnitt von 9 zu 3 ergebe: Neun Monate Projektarbeit würden ihren Lebensunterhalt mitunter für nur drei Monate absichern (A9). Rein arithmetisch betrachtet hieße das, dass diese Befragte vier vergleichbare Projekte pro Jahr machen müsste, um einen angemessenen Lebensstandard zu haben.

#### *4.2 Im Spannungsfeld von künstlerischer Selbstentfaltung und unternehmerischem Selbst*

Die größte Herausforderung, vor die sich die Befragten gestellt sehen, ist die widersprüchliche künstlerische und wirtschaftliche Logik, zum kreativen Akteur zu verschmelzen. Diese Herausforderung artikuliert sich je spezifisch in den befragten Akteursgruppen. Wurde von den Experten unterstrichen, dass es den Kreativen an unternehmerischem Sinn mangle, wurde von den befragten Akteuren entlang der identifizierten Handlungsmuster differenziert, dass sie entweder unternehmerische Fähigkeiten vermissen würden und/oder diese Anforderung als Einschränkung ihrer künstlerischen Selbstentfaltung erleben würden. Doch wie lässt sich dieses Spannungsfeld theoretisch fassen? Während auf der politisch-praktischen Ebene relativ klar zu sein scheint, dass sich unternehmerische Fähigkeiten beispielsweise darin manifestieren, einen Business-Plan zu schreiben oder eine erfolgsversprechende Kommunikationsstrategie zu entwerfen (etwa E6), steckt als stille und damit als strukturelle Anforderung noch mehr dahinter.

Diese Anforderungen sind widersprüchlich, weil jede Tätigkeit einer bestimmten Eigenlogik folgt. Überspitzt formuliert heißt unternehmerisches Handeln, seine eigene Haut zu Markte tragen, aktiv zu sein. Eigenschaften wie Selbstverantwortung, Kreativität, Eigeninitiative, Durchsetzungsvermögen und Teamfähigkeit beschreiben das Anforderungsprofil an ein Individuum, das seine Lebensbezüge zunehmend den Marktmechanismen aussetzt. Nach Bröckling lautete die strukturelle Anforderung an das unternehmerische Selbst, sich permanent zu ändern, um die Marktturbulenzen bewältigen zu können. Das unternehmerische Selbst müsse nun verschiedene Komponenten amalgamieren: kreativer Nonkonformist und pedantische Krämerseele in einem (Bröckling 2007: 125).

Kreativsein erfordert jedoch eine andere Handlungsmaxime und ein anderes Zeitregime als die Erstellung marktvermittelter Dienstleistungen. Mit Blick auf die Unterscheidung von primären und sekundären Kulturberufen stehen die Interviewten vor der Herausforderung, einen primären Kulturberuf sekundär zu bewirtschaften, also künstlerische Ader mit betriebswirtschaftlichen Erfordernissen zu verbinden. Versteht man dabei „Kreativsein“ nicht nur mit Schumpeter als schöpferischen Wirtschaftsprozess, sondern mit Groys als schöpferischen Arbeitsprozess, dann ist die Voraussetzung für kreatives Arbeiten die Abwesenheit von ökonomischem Druck, damit „sich das freie Spiel der individuellen Fähigkeiten ungehindert entfalten kann und keinem sklavisch-tyrannischen Nützlichkeitsdenken unterliegt“ (Menger 2006: 8).

Doch wie wir gesehen haben, zeichnet sich die soziale Lage vieler Kreativer durch eine ökonomische Mangellage aus und ist zudem eingelagert in einen politischen und wissenschaftlichen Ökonomisierungsdiskurs, der diesen Deutungshorizont, teilweise als unbeabsichtigte Nebenfolge, im Foucault'schen Sinne als „wahr“ absteckt und kreatives Arbeiten mit unternehmerischem Handeln verquickt. So sind sich die Interviewten dieser Anforderungen durchaus bewusst – sind sie doch tagtäglich mit dieser Situation konfrontiert. Unter unternehmerischen Kompetenzen verstehen sie jedoch eher die Bewältigung der administrativen Aufgaben, die Suche nach Auftraggebern und die Formulierung der eigenen Perspektive, also ihre Fähigkeiten zum Selbstmanagement:

„Sehe mich als Künstlerin, hab einen kreativen Beruf, aber der hat auch eine andere Seite (Pressemitteilungen, Rechnungen, Förderanträge schreiben), irgendwie muss es

beides sein, man hofft zwar immer, dass der kreative Teil überwiegt, aber bei meinen Projekten muss ich eben auch ein guter Organisator sein.“ (A2)

Insofern deuten wir das Handeln insbesondere der Selbstunternehmer als widerständig gegen die Adressierungen an das nutzenmaximierende Subjekt. Diese Widerständigkeit, so ließe sich frei nach Bourdieu anführen, muss man sich leisten können. Neben der klassenmilieuspezifischen Zugehörigkeit ist hier die räumliche Situierung von Bedeutung, wie der nächste Abschnitt zeigen wird.

## 5. Berlin als „Experimentierraum“

Vor dem Hintergrund der bisherigen Befunde wird in diesem Abschnitt die These vertreten, dass Berlin durch seinen „Standortmix“ (E4) besondere Rahmenbedingungen für Kreative bietet. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Stadt Berlin besteht für die Akteure darin, dass die Stadt über ein hohes kulturelles Kapital verfügt. So stellt Berlin für die einen ein „biographisches Wirtschaftseldorado“ (A8), für die anderen die „gegenwärtig aufregendste Kunstmetropole Europas“ (A9) dar. Sowohl die Experten als auch die Befragten kennzeichnen Berlin als eine pulsierende, kreative Stadt, welche genau die „dichten Netzwerke“ (E1) zu bieten vermag, die Künstler und Kreative für ihre Tätigkeit nachfragen. Das kulturelle Kapital der Stadt liegt einerseits in den kulturellen Einrichtungen und Angeboten verankert. Andererseits stellt die Offenheit und Vielfalt Berlins, welche von den Akteuren als eine „spannende Atmosphäre“ (A5) wahrgenommen wird, ebenfalls kulturelles Kapital bereit. Hier finden sie Verständnis für ihre Arbeit, ausreichend Projektionsfläche und auch Partner, mit denen sie ihre verschiedenen Projekte realisieren können. So ist die Dramaturgin in Berlin, weil sie sich „hier am besten ausdrücken, ausprobieren und am besten profilieren kann“ (A2). Berlin steht für künstlerische Avantgarde – es gibt keine andere Stadt in Deutschland, in der es so viele freie Theater, Off-Kinos, gemeinnützige und private Galerien und Clubs gibt. Hier ist „die Subkultur der Mainstream“ (A3), worin für die Akteure ein wesentlicher Attraktionsfaktor besteht. Denn erst diese kulturelle Vielfalt vor Ort ermöglicht eine Vielzahl ihrer Projekte. Durch die hohe Anzahl an anderen Kreativen ist es für die Akteure leicht,



über ihre sozialen Netzwerke mit einer Vielzahl von Personen mit ähnlichen Arbeitsbiographien und sozialer Lage in Kontakt zu treten, die ihre eigene Lebenssituation einbetten und sinnhaft erscheinen lassen.

Die Befragten verweisen auf viele Bekannte und Freunde, die ebenfalls ein geisteswissenschaftliches Studium absolviert haben und nun in den verschiedenen Zweigen der Kreativwirtschaft selbständig tätig sind. Bemerkenswert ist auch, dass alle Befragten in Berlin ihr Studium absolviert haben und nur vier für ein Praktikum, Volontariat oder eine befristete Anstellung die Stadt kurzzeitig verlassen haben. Den Einstieg in die Selbständigkeit aber haben alle Akteure hier in Berlin gefunden – die Ursachen hierfür schwanken im Wesentlichen zwischen Zufall („hat sich so ergeben“, A6) und Notlösung („was sollte ich anderes machen“, A2). So können sich die meisten der Befragten zwar vorstellen, für eine gewisse Zeit an einem anderen Ort zu arbeiten, wenn es aber darum geht, einen Ort zu benennen, an dem sie die für ihre Erwerbssituation günstigsten Bedingungen vorfinden, so bevorzugen sie Berlin.

Ein entscheidender Grund liegt darin, dass Berlin als „frei von kommerziellem Druck“ (A8) empfunden wird. Es öffne sich damit für die Akteure ein Raum, indem man „Ideen verhandeln kann und auch nichts anderes als Ideen“ (A8). Auch wenn mitunter die Atmosphäre als anstrengend beschrieben wird, weil sich jeder als Künstler versteht, so erscheint Berlin als eine Art „Rückzugsgebiet“ (A8), das durch eine unglaubliche Verschwendung an Energie und das kreative Spiel gekennzeichnet sei:

„Man ist tatsächlich in der Lage, ein Projekt der Idee nach aufzuziehen. Das funktioniert in anderen Städten weniger. Aber hier durch das Umfeld schon eher.“ (A8)

Demnach bietet Berlin den Akteuren ein Umfeld, in dem sie ihre Ideen ausprobieren können ohne kommerziell denken zu müssen. Die niedrigen Lebenshaltungskosten in Berlin sind ein wesentlicher Grund für viele Kreative und Künstler, in die Stadt zu kommen, umgekehrt aber auch für die Akteure entscheidend, um hier zu bleiben. Die geringen Kosten machen die Stadt auch bei niedrigen Einkünften lebenswert und eröffnen Raum für Experimente: „bspw. kann ich einen Monat mal nicht arbeiten, ohne dass es mir ein Loch in die Tasche brennt“ (A4) oder „weil ich mich damit nicht ausgeschlossen fühle vom sozialen Leben, obwohl ich nicht viel verdiene“ (A9). Allerdings ergibt sich aus den niedrigen Lebenshaltungskosten auch eine wi-

dersprüchliche Situation für die Akteure. Einerseits benötigen sie Berlin als Inspiration, andererseits könnten sie womöglich in einer anderen Stadt mehr Geld verdienen:

„Mit so wenig Geld kann man nur hier leben, weil die Stadt so billig ist und man auch so billig in alle kulturellen Einrichtungen kommt. Vor allem für Europa ist die Theaterszene führend, auch sind hier einfach die interessanteren Arbeiten. Andererseits denke ich immer, dass die anderen Städte viel mehr Geld für Kulturförderung haben und es bestimmt einfacher ist, dort Anträge einzureichen, aber was will ich dann da?“ (A2)

Berlin scheint demnach ein Markt zu sein, auf dem man sich bewähren und präsent sein will, auch wenn hier mit Kultur und Kunst nicht viel zu verdienen ist. So verweisen auch die Befragten auf eine Vielzahl von Freunden, die in andere Städte zur Arbeit pendeln oder temporär die Stadt verlassen, um „endlich Geld zu verdienen“ (A9).

In Berlin setzt sich für die Mehrheit der Befragten ihr Kapital vornehmlich aus kulturellen und sozialen Ressourcen zusammen; und eine hohe kulturelle Kapitaldichte lässt sich offenbar nicht unmittelbar in ökonomisches Kapital konvertieren. So verweisen die Akteure vor allem auf kulturelle Ressourcen wie z.B. auf ihr künstlerisches Verständnis. Dies ermögliche ihnen, in Berlin avantgardistische Projekte durchzuführen, die sie in anderen Städten nicht hätten produzieren können, und damit Reputation aufzubauen (A9 und A7).

## 6. Schlussbetrachtung

Der gegenwärtige wirtschaftspolitische Versuch, kulturelle und kreative Produktion sowie Dienstleistungen unter das Konstrukt Kreativwirtschaft zu fassen und damit deren ökonomische Verwertungspotenziale im Rahmen neuer Wachstumsbranchen hervorzuheben, zeigt Widersprüchlichkeiten auf. Zugleich gewinnt die Kreativwirtschaft offenkundig nicht nur als wirtschaftspolitischer Faktor, sondern auch als Arbeitsmarkt an Bedeutung. Durch die Betrachtung einer Akteursgruppe und deren spezifischen Bildungshintergrund konnten verschiedene strukturelle Probleme identifiziert werden, die in der Diskussion um Kreativwirtschaft nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Aktuell, so ein zentraler Befund, ist in Berlin ein Trend hin zu einer verschärften Marktradikalisierung der kreativwirtschaftlichen Erwerbsbedingungen zu beobachten. Ein Indikator für die verschärfte marktradikale Situation ist, dass hier bundesweit die höchsten Selbständigenzahlen innerhalb der Kreativwirtschaft zu verzeichnen sind. In der Kombination mit der nach wie vor schwachen Wirtschaftslage in Berlin untermauert der überdurchschnittlich hohe Anteil an Alleinunternehmern die Hypothese, dass es sich bei der Kreativwirtschaft, soziologisch betrachtet, um einen Ausdruck fragiler gewordenen, wenn nicht gar brüchigen Wohlstands handelt. Denn die Akteure der Kreativwirtschaft befinden sich paradoxerweise zugleich am arbeitsgesellschaftlichen Rand und in der sozialstrukturellen Mitte. Sie verbinden eine hohe Bildung mit einem geringen Einkommen bei hoher sozialer und geringer institutioneller Integration zu einer spezifischen Melange.

Handlungsstrategisch reibt sich die Melange von überdurchschnittlicher Bildung und unterdurchschnittlichem Einkommen an der zueinander in Widerspruch stehenden Logik von Ökonomisierung und künstlerischem Selbstverständnis. Praktisch konturiert sie sich zu den Handlungsmustern Feste Freie versus Alleinunternehmer. Dabei mag es sich um eine methodische Verzerrung handeln, dass sechs der neun interviewten Akteure als Selbstunternehmer agieren. Nimmt man dieses Bild jedoch einmal für bare Münze und extrapoliert übermäßig, dann kommt man zu dem Schluss, dass zwei Drittel aller Kreativen radikal marktabhängig sind. Eine Zahl, die sich mit einschlägigen quantitativen Untersuchungen respektive Schätzungen deckt.

So müssen sich die befragten Akteure der Kreativwirtschaft vielfach in Mangelverwaltung üben und Chaos-Qualifikationen ausbilden oder „mentale Techniken“ kultivieren, wie es eine Expertin beschrieb. Anders ausgedrückt agieren die befragten Kreativen fraglos (selbst)unternehmerisch, allerdings bislang ohne entsprechende ökonomische Revenuen. Stattdessen pegeln viele ihr Wohlstandsniveau auf einen niedrigen Standard hinunter. Inwieweit es sich hier jedoch um Berufseinsteiger-Probleme und somit um möglicherweise biografisch temporäre Knappheitslagen handelt, müssten weitere Untersuchungen zum Thema eruieren; fest steht angesichts der großen Berufserfahrung vieler Akteure jedoch, dass es sich um überdurchschnittlich lange Einsteigerprobleme handeln würde – und somit wiederum um ein spezifisches Kennzeichen der Kreativwirtschaft. Zur Vertiefung und empirischen Validierung wären zudem weitere qualitative Untersuchungen vonnöten, die etwa

den Verbleib und erwerbsbiografischen Verlauf von Kreativen nachzeichnen, die beispielsweise aus dem öffentlichen Kulturbereich freigesetzt wurden.

Betrachtet man die Kreativwirtschaft als Erwerbsfeld speziell für GeisteswissenschaftlerInnen, so ist ein ambivalenter Befund zu notieren. Während sie kaum in den eng gefassten Kernbereichen der Kreativwirtschaft vertreten sind, bieten sich ihnen in den erweiterten Teilmärkten der Kreativwirtschaft eine Vielzahl von Quereinsteigermöglichkeiten und erwerbswirtschaftlichen Chancen. Allerdings erweist sich die Kategorisierung nach Wirtschaftszweigen als nur bedingt praxistauglich, da die Akteure zwischen den Wirtschaftszweigen sowie zwischen den Sektoren pendeln. Ihre Tätigkeiten umspannen, trotz klarer erwerbswirtschaftlicher Intention, den öffentlichen kulturellen Sektor, den gemeinnützigen Bereich ebenso wie den privatwirtschaftlichen Sektor.

## Literatur

- Betzelt, Sigrid*, 2006: Flexible Wissensarbeit: AlleindienstleisterInnen zwischen Privileg und Prekarität. ZeS-Arbeitspapier 3-2006, Zentrum für Sozialpolitik, Universität Bremen.
- Bourdieu, Pierre*, 1987: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Böhnke, Petra*, 2005: Teilhabechancen und Ausgrenzungsrisiken in Deutschland. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 37: 31-37.
- Bröckling, Ulrich*, 2007: Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Castel, Robert*, 2000: Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit. Konstanz: UVK.
- Dörre, Klaus, Kraemer, Klaus und Frederic Speidel*, 2006: Prekäre Beschäftigung und soziale Desintegration – Ursprünge, Konsequenzen und politische Verarbeitungsformen unsicherer Erwerbsarbeit. In: *Jahrbuch Arbeit, Bildung, Kultur* 23/24. Recklinghausen, FIAB: 9-40.
- Flick, Uwe*, 1995: Qualitative Forschung. Theorien, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Reinbek.
- Foucault, Michel*, 2004: Geschichte der Gouvernementalität, Bd.1. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Geppert, Kurt und Marco Mundelius*, 2007: Berlin als Standort der Kreativwirtschaft immer bedeutender. DIW Wochenbericht 31/2007: 485-491.

- Gottschall, Karin*, 1999: Freie Mitarbeit im Journalismus. Zur Entwicklung von Erwerbsformen zwischen selbständiger und abhängiger Beschäftigung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 51 (4): 635-654.
- Gottschall, Karin* und *Christiane Schnell*, 2000: „Alleindienstleister“ in Kulturberufen – Zwischen neuer Selbständigkeit und alten Abhängigkeiten“. *WSI-Mitteilungen* 53 (12): 804-810.
- Granovetter, Mark*, 1973: The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 6: 1360-1380.
- Groys, Boris*, 1992: Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie. München/Wien: Hanser.
- Haak, Carroll* und *Günther Schmid*, 1999: Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt? Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung: Discussion Paper P99-506. Berlin.
- Haak, Carroll*, 2005: Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung: Discussion Paper SP I 2005-107. Berlin.
- Heartley, John*, 2007: Creative Industries. Blackwell Publishing.
- Henninger, Annette*, 2004: Free Lancer in den Neuen Medien: Jenseits standardisierter Muster von Arbeit und Leben? In: *Heike Kahlert* und *Claudia Kajatin* (Hg.), Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Wie neue Technologien die Geschlechterverhältnisse verändern. Frankfurt a.M./New York: 143-166.
- Honneth, Axel* (Hg.), 2002: Befreiung aus der Mündigkeit. Paradoxien des gegenwärtigen Kapitalismus. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Kreckel, Reinhard*, 1992: Die politische Soziologie sozialer Ungleichheit. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Manske, Alexandra* 2005: Eigenverantwortung statt wohlfahrtsstaatliche Absicherung. Anmerkungen zum Gestaltwandel sozialer Absicherung. *Berliner Journal für Soziologie* 2: 241-258.
- Manske, Alexandra*, 2006: Die Stellung halten. Marktstrategien und Positionskämpfe in Berlins Internetbranche. In: *Soziale Welt* 2/2006: 157-176.
- Manske, Alexandra*, 2007a: Prekarisierung auf hohem Niveau. Eine Feldstudie über Allein-Unternehmer in der IT-Branche, München/Mering: Hampp.
- Menger, Pierre-Michel*, 2006: Kunst oder Brot? Die Metamorphosen des Arbeitnehmers. Konstanz: UVK.
- Mundelius, Marco*, 2006: Bildende Künstler in Berlin. *DIW Wochenbericht* 22: 321-326.
- Senat für Wirtschaft, Technologie und Frauen Berlin* (2007): <http://www.berlin.de/sen/waf/register/kulturwirtschaft.html> [Zugriff: 20.08.2007].
- Schulze Buschhoff, Karin*, 2006: Selbständige Erwerbsarbeit und soziales Risikomanagement – ein deutsch-britischer Vergleich. *Zeitschrift für Sozialreform* 4: 521-546.
- Söndermann, Michael*, 2004: Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995–2003. Im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM). Bonn.
- Söndermann, Michael*, 2006: Kulturwirtschaft: Was ist das? In: *Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren. Jahrbuch der Kulturwirtschaft 2006*. Herausgege-

- ben von der Friedrich-Naumann Stiftung Berlin-Brandenburg und dem Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft. Berlin.
- Söndermann, Michael*, 2007: Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Allgemeine empirische Trends und mit Schwerpunkt: Kleine Kulturwirtschaft. Im Auftrag der Bundestagsfraktion Bündnis 90 /Die Grünen Juni 2007. Berlin.
- Voß, Günter G.* (2007): Subjektivierung von Arbeit und Arbeitskraft. Das Beispiel Gender. (S. 97-113). In: Brigitte Aulenbacher et al. (Hg.): Arbeit und Geschlecht im Umbruch der modernen Gesellschaft. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Wiesand, Alexander*, 2006: „Kultur- oder ‚Kreativwirtschaft‘: Was ist das eigentlich?“ Aus Politik und Zeitgeschichte APuZ 34-35: 8-16.

## Studien

- Kulturwirtschaft in Berlin. Entwicklung und Potenziale 2005. Hg. v. Berliner Senat, Senatsverwaltung f. Wirtschaft, Arbeit u. Frauen u. Senatsverwaltung f. Wissenschaft, Forschung u. Kultur Berlin.
- Mundelius, Marco, 2006: Die Bedeutung der Kulturwirtschaft für den Wirtschaftsstandort Pankow. Endbericht. Forschungsprojekt im Auftrag des Bezirks Pankow, Berlin.



# GeisteswissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund in Beruf und Arbeitsmarkt am Beispiel des wissenschaftlichen Standorts Berlin

*Edith Pichler, Grazia Prontera*

*Die Staatsministerin für Integration Maria Böhmer fordert angesichts des jüngsten OECD-Migrationsberichts eine bessere Integration von qualifizierten Zuwanderern in den deutschen Arbeitsmarkt. Auch schon länger in Deutschland lebende, zugewanderte Akademikerinnen und Akademiker müssten bessere Chancen auf dem deutschen Arbeitsmarkt bekommen, verlangte Böhmer.*

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung  
(26.6.2007)

## Einleitung

Bereits Anfang der 1950er Jahre begann Deutschland die Verhandlungen mit verschiedenen Ländern über die Anwerbung von Arbeitskräften. Im Jahre 1957 folgten die Römischen Verträge, die als Grundlage für die Entstehung der Europäischen Union angesehen werden können. Seither sind fast 50 Jahre vergangen, und in Deutschland lebt mittlerweile eine zweite bzw. dritte Generation von Zuwanderern. Außerdem ist Deutschland mit neuen Formen der Mobilität in Europa konfrontiert. Was bedeuten diese Prozesse und Entwicklungen für die Zuwanderer in Deutschland, für ihre Eingliederung bzw. Ausgrenzung innerhalb der Aufnahmegesellschaft? Ist mittlerweile innerhalb der „Gastarbeitergeneration“ eine kulturelle und geistige Elite entstanden oder wird die Elite immer noch aus dem Ausland rekrutiert? Und welche Chance hat sie im universitären Leben in Deutschland? Findet sie einen Zugang zu einer höheren Position oder ist sie mit Formen der Exklusion konfrontiert?



In dieser Expertise haben wir einige Daten über die GeisteswissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund in Beruf und Arbeitsmarkt am Beispiel des wissenschaftlichen Standorts Berlin gesammelt und analysiert. Da das Projekt auf einen kurzen Zeitraum angelegt war, ermöglichen uns die Antworten nicht, eine komplette quantitative Arbeit durchzuführen. Die Evaluation des gesammelten Materials erlaubt uns jedoch, bestimmte Problematiken einzugrenzen und so eine erste Analyse und Verifizierung einiger Hypothesen auf einem bis heute unbearbeiteten Feld durchzuführen.

### Was bedeutet Migrationshintergrund?

Der Begriff Migrationshintergrund taucht erstmalig in den Statistiken des Mikrozensus 2005 auf. Auf europäischer Ebene wurde eine Definition des Begriffes entwickelt, um ein „Framework Legislation on Migration and Asylum Statistic“ zu erstellen, demzufolge nicht nur Daten über die Nationalität, sondern auch über den Geburtsort einer Person erhoben werden soll.

Neben dem Bedarf, die Daten auf europäischer Ebene zu vereinheitlichen, war es für die Bundesrepublik wichtig, gültige und aktuelle Informationen über Personen mit Migrationshintergrund zu sammeln, um eine vorausschauende und zielorientierte Migrations- und Integrationspolitik zu planen. Deswegen war es notwendig, das Phänomen Migration durch das Konzept „Bevölkerung mit Migrationshintergrund“ zu definieren. „Dieser Begriff ist in Wissenschaft und Politik seit langem geläufig und wird trotz seiner Sperrigkeit auch im allgemeinen Sprachgebrauch immer öfter verwendet. Er drückt aus, dass zu den Betroffenen nicht nur die Zuwanderer selbst – d.h. die eigentlichen Migranten – gehören sollen, sondern auch bestimmte ihrer in Deutschland geborenen Nachkommen“ (Statistisches Bundesamt, 2007).

Nach dem Statistischen Bundesamt zählen zu den Menschen mit Migrationshintergrund:

„..., alle nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderte, sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil. Dies bedeutet, dass in Deutschland geborene Deutsche einen Migrationshintergrund haben können, sei es als Kinder von Spätaussiedlern, als ius soli-Kinder ausländischer Elternpaare oder als Deutsche mit einseitigem

Migrationshintergrund. Dieser Migrationshintergrund leitet sich dann ausschließlich aus den Eigenschaften der Eltern ab. Die Betroffenen können diesen Migrationshintergrund aber nicht an ihre Nachkommen „vererben“. Dies ist dagegen durchweg bei den Zugewanderten und den in Deutschland geborenen Ausländern und Ausländerinnen der Fall. Nach den heutigen ausländerrechtlichen Vorschriften umfasst diese Definition somit üblicherweise Angehörige der 1. bis 3. Migrantengeneration.“ (Statistisches Bundesamt 2007)

Entsprechend dem „Migrationsstatus“ sind vier neue Definitionen für die Bevölkerung entstanden.

Für die Ausländer:

1. die nicht in Deutschland geborenen „zugewanderten Ausländer“,
2. die in Deutschland geborenen „nicht zugewanderten Ausländer“.

Für die Deutschen:

3. die im Ausland geborenen „zugewanderten Deutschen“,
4. die „nicht zugewanderten Deutschen“.

Zu dieser letzten Gruppe gehören die Deutschen ohne Migrationshintergrund, aber auch die Deutschen mit Migrationshintergrund. Nach diesem Migrationsstatusmodell kann man die Bevölkerung in zwei große Gruppen teilen:

1. Deutsche ohne Migrationshintergrund,
2. Personen mit Migrationshintergrund im weiteren Sinn.

Diese 2. Gruppe wird in zwei weitere Untergruppen unterteilt:

1. Personen mit eigener Migrationserfahrung (Zugewanderte): Ausländer und Deutsche (ohne Einbürgerung oder Eingebürgerte),
2. Personen ohne eigene Migrationserfahrung, (nicht zugewanderte) Ausländer (2. und 3. Generation); Deutsche (Eingebürgerte oder Deutsche mit mindestens einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil).

Die Zahl der Personen mit Migrationshintergrund lag 2005 in Deutschland bei 15,3 Millionen, was 18,6 % der Bevölkerung entsprach. Weniger als die Hälfte aller Personen mit Migrationshintergrund sind Ausländer (7,3 Millionen, d.h. 8,9 % der Bevölkerung), die Deutschen stellen mit 8,0 Millionen oder 9,7 % der Bevölkerung etwas mehr als die Hälfte (Statistisches Bundes-

amt 2007). In unserer Studie verwenden wir die allgemeinere Definition von Personen mit Migrationshintergrund im weiteren Sinn.

### GeisteswissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund in Beruf und Arbeitsmarkt

Schon im Vorfeld des im Sommer 2006 von der Bundesregierung einberufenen Integrationsgipfels gab es innerhalb der verschiedenen Migrantengcommunities Auseinandersetzungen darüber, wer bei diesem Gipfel die jeweiligen Communities vertreten und Ansprechpartner der Bundesregierung sein sollte. Es ging darum, wer also innerhalb der Communities die Elite bildete. Während in der Gastarbeiterzeit die in den Gewerkschaften bzw. als Betriebsräte aktiven Personen oder die Sozialarbeiter die „Elite“ darstellten, sind durch Transformationen innerhalb der Migrantengcommunities, durch neue Formen von Mobilität und die Zuwanderung diversifizierter Migrantentypen neue Akteure entstanden, die die neue „Elite“ bilden können.

In diesem Kontext stellt sich die Frage, welche Rolle das kulturelle Kapital bzw. der Habitus für die soziale Mobilität von Personen mit Migrationshintergrund spielt und inwieweit es ihnen gelingt, zu den so genannten Werteliten bzw. Exzellenzen zu gehören. Als ein Indikator dieses Prozesses gilt u.a. ihr möglicher Zugang als WissenschaftlerInnen in die universitären Einrichtungen.

In diesem Zusammenhang ist es von Interesse herauszufinden, zu welchen Migrantentypen diese Werteliten gehören:

1. Sind sie Nachkommen der so genannten „Gastarbeitergeneration“
2. oder Angehörige der neuen „postmodernen“ Migrantentypen
3. oder gehören sie vorwiegend zu den „traditionellen“ akademischen Mobilen, die von den verschiedenen akademischen Austauschprogrammen profitieren?

Sind diese Exzellenzen immer noch eher ein Beispiel für eine räumliche Mobilität in einem transnationalen Kontext oder sind sie zunehmend auch ein Zeichen von vertikalen und sozialen Mobilitätsprozessen innerhalb der alt-ingesessenen Communities?

## Inklusion/Exklusion, Kapitalien und Habitus

Die Begriffe Inklusion und Exklusion, die auf die ökonomische, kulturelle, politisch-institutionelle und soziale Zugehörigkeit bezogen werden, können einige Entwicklungen und Aspekte der Communities beschreiben.

1. Inklusion wird verstanden als Teilhabe der Individuen an den Systemen mit zentraler Funktion: Bildung, Wirtschaft, Politik.
2. Exklusion ist hingegen die fehlende Möglichkeit der Teilhabe an diesen Systemen. Das bedeutet in der Praxis: Schulversagen, niedriger Lebensstandard und geringer politischer Einfluss (Luhmann 1994, Stichweh 2000).

Die Inklusions-/Exklusionstheorie besetzt in der Systemtheorie die Funktionsstelle, die bei Bourdieu die Theorie der Kapitalformen einnimmt. So kann Inklusion und Exklusion anhand der ungleichen Verteilung von ökonomischem, kulturellem und sozialem Kapital analysiert werden:

1. Ökonomisches Kapital ist all das, was an Besitz von ökonomischen Gütern einschließlich Leistungen aus dem System redistributiver Leistungen durch den Staat zur Verfügung steht; dieser Begriff schließt an traditionelle Vorstellungen an.
2. Soziales Kapital ist die Zugangsmöglichkeit zu sozialen Ressourcen, die über soziale Beziehungen (Netzwerke und Assoziationen) und über den politisch-rechtlichen Status (Staatsbürgerschaftsstatus) vermittelt werden.

Bourdieu unterscheidet zwischen drei Formen des kulturellen Kapitals:

1. In einer objektivierten Form: Bücher, Kunstwerke, etc.
2. In einer inkorporierten Form: Wissen, Erziehung, kulturelle Fähigkeiten. Bei dieser Form spielt die soziale Herkunft eine bedeutende Rolle, also das Aufwachsen in einem bestimmten Milieu.
3. In einer institutionalisierten Form: Bildungstitel, akademische Titel. Das von der Familie ererbte kulturelle Kapital wird so durch Titel von akademischen Institutionen bestätigt und legitimiert (Bourdieu 1983).

Nicht immer werden vorhandene Kapitalien – wie das kulturelle Kapital im Sinne von Wissen – anerkannt. In diesem Fall, und das kann den Migranten

gegenüber geschehen, findet eine symbolische Exklusion der Kapitalien statt. Die sozialen Auseinandersetzungen verlagern sich dann in den Raum der symbolischen Auseinandersetzung, wo das symbolische Kapital an Bedeutung zunimmt (Eder et al. 2004).

In seinen Studien über Klassenstrukturen hat Bourdieu die Konzepte von Distinktion und Lebensstilen eingeführt, die einem bestimmten *Habitus* entsprechen. Mit *Habitus* meint man die Haltung des Individuums in der sozialen Welt, seine Gewohnheiten, seine Disposition, seine Lebensstile, seine Wertvorstellungen und Einstellungen. Der *Habitus* enthält die Schemata, die dazu dienen, die soziale Realität wahrzunehmen, die ästhetischen Kriterien, um kulturelle Produkte und Praktiken zu bewerten, sowie Schemata, die die Hervorbringung von Handlungen einleiten. Der *Habitus* ist Ausdruck und Ergebnis der Situation der Gruppen im Raum der sozialen Ungleichheit; er ist ein Klassenhabitus (Bourdieu 1983, 2001).

## Phasen der Zuwanderung nach Deutschland

### *1. Phase: Die Gastarbeiterphase*

Die erste Phase – bis zum Anwerbestopp von 1973 – ist durch eine Politik der Aufnahme charakterisiert. Unmittelbar nach dem Krieg werden zunächst Millionen von Flüchtlingen, Vertriebenen usw. aufgenommen. 1955 wird mit Italien das erste Abkommen über die Anwerbung von Arbeitskräften unterzeichnet, in den 1960er Jahren folgen weitere Anwerbevereinbarungen mit anderen Ländern: Türkei, Spanien, Marokko, Tunesien, Griechenland, Jugoslawien usw. Die Rekrutierungs- und Beschäftigungspolitik, die von einer günstigen Konjunktur begleitet war, erlaubte eine Inklusion der „Gastarbeiter“ in das System der sozialen Rechte. Für jene Zeit waren Vollbeschäftigung und – trotz ihrer Position im unteren Segment des Arbeitsmarktes – sichere Arbeitsplätze charakteristisch. Die Konstituierung Deutschlands als „sozialer Rechtsstaat“ und die Einbeziehung der Gewerkschaften in die Frage der Einwanderung Mitte der 1950er Jahre haben außerdem die soziale Gleichstellung der MigrantInnen in Fragen der Wohlfahrt, der Gesundheitsvorsorge und der sozialen Sicherheit begünstigt.

## *2. Phase: Familienzusammenführung*

Die zweite Phase ab 1973 kann mit der Einführung des Anwerbestopps fixiert werden. Die Zuwanderung war nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich, so z.B. nur für Bürger der EU. Eine weitere Möglichkeit bestand im Rahmen der Familienzusammenführung, wovon viele MigrantInnen aus den Anwerbeländern Gebrauch machten. In beiden Phasen war Deutschland unvorbereitet auf die starke Zuwanderung von Jugendlichen. Da die Regierung lange Zeit an einen temporären Aufenthalt der Zuwanderer und kaum an Familiengründungen im Einwanderungsland dachte, waren die zuziehenden Kinder und Jugendlichen mit mangelnden schulischen Infrastrukturen und fehlender Betreuung konfrontiert.

## *3. Phase: Die Ost-West-Migration*

Die dritte Phase beginnt nach dem Fall der Berliner Mauer und führt u.a. zu einer Veränderung bezüglich der Hauptherkunftsländer der MigrantInnen. Die Migration aus den ehemaligen Ostblockländern nahm zu, in den ersten Jahren nach der Maueröffnung stieg besonders die Zahl der Aussiedler und Spätaussiedler. Nach der Festlegung einer jährlichen Einwanderungsquote und weiteren „restriktiveren“ Maßnahmen kam es zu einem starken Rückgang der Zahl der Zuwanderer und Spätaussiedler. Zur Senkung des Migrationsdrucks und aufgrund des wachsenden Arbeitskräftemangels wurden mit einer Reihe osteuropäischer Länder Verträge über die Möglichkeit der saisonalen Beschäftigung sowie der Werkvertragsarbeit geschlossen. Diese neuen ArbeitsmigrantInnen, die aufgrund des saisonalen Charakters der Beschäftigung häufig zwischen Deutschland und ihren Heimatländern pendeln, decken die Nachfrage nach bestimmten Dienstleistungen. Die neuen Arbeitsplätze sind häufig durch Unsicherheit und Irregularität charakterisiert (Pichler 2006, Prontera 2007).

## Ausländische SchülerInnen und StudentInnen im deutschen Bildungssystem

SchülerInnen mit Migrationshintergrund sind mit Formen der Exklusion konfrontiert. So sind Kinder und Jugendliche aus Migrantenfamilien an Gymnasien unterrepräsentiert und an Schulen, die keinen weiterführenden Abschluss anbieten, überrepräsentiert. Wie die Ergebnisse der PISA-Studie zeigen, besteht eine enge Beziehung zwischen sozialer Herkunft und schulischem Erfolg. Dementsprechend sind Migrantenkinder z.B. aus den ehemaligen Anwerbeländern, die überdurchschnittlich häufig aus Arbeiterfamilien stammen, in höheren Bildungsgängen unterrepräsentiert (Gomolla, Radtke 1999).

*Tabelle 1:* Prozentualer Anteil deutscher und ausländischer Schüler nach Schultyp im Schuljahr 2005/06

<i>Schule</i>	<i>Deutsche</i>	<i>Ausländer</i>
Sonderschule	4,4	7,1
Hauptschule	17,7	39,7
Realschule	22,0	20,3
Gymnasium	42,6	20,8
Gesamtschule	9,0	14,4

*Quelle:* Statistisches Bundesamt

Die geringere Zahl von SchülerInnen, die das Abitur erreicht, zeigt sich auch bei der Zahl der Studierenden, die Bildungsinländer sind. So waren im Semester 2006/07 nur ein Drittel der „ausländischen“ StudentInnen Bildungsinländer. Das geringere kulturelle Kapital in seiner durch Bildungstitel institutionalisierten Form kann also in einer zunehmenden Wissensgesellschaft eine soziale-vertikale Mobilität verhindern.

## Methodologie und Arbeitsschritte

Das Projekt artikulierte sich in drei Phasen bzw. Arbeitsschritten. Im ersten Arbeitsschritt wurden Daten über die Präsenz von GeisteswissenschaftlerInnen

mit Migrationshintergrund an der Freien Universität Berlin, der Humboldt-Universität zu Berlin und der Technischen Universität Berlin gesammelt. Diese Phase sollte dazu dienen, ein erstes quantitatives Bild über die Bedeutung und den Umfang der zu analysierenden Sachlage zu bekommen.

In der zweiten Phase wurden die von den Universitäten zurück gemeldeten Informationen mit den Internetdaten der jeweiligen Universitäten konfrontiert und verifiziert.

In der dritten Phase fand mittels Versendung eines Fragebogens, eine qualitative Erweiterung und Vertiefung der bis dahin erhaltenen quantitativen Daten statt. Für jede Universität wurden drei Kandidaten stichprobenartig ausgewählt, die in den folgenden Beschäftigungsverhältnissen angestellt sind: Professor/in, Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in, Lehrbeauftragte/r, das heißt, der Fragebogen wurde an drei ProfessorInnen, drei Wissenschaftliche MitarbeiterInnen und drei Lehrbeauftragte je Universität geschickt.

#### *Erste Phase*

Die Personalabteilungen der drei Universitäten erhielten je einen Brief mit einer Kurzfassung des Projektes und der Bitte um Informationen und Daten über GeisteswissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund die an den jeweiligen Universitäten beschäftigt waren. Die Antworten waren alle negativ, und die Universitäten empfahlen uns, direkt Kontakt mit den Fachbereichen aufzunehmen. So antwortete z.B. der Büroleiter der Personalabteilung der Freien Universität Berlin:

„Wir haben die Möglichkeiten der Beantwortung Ihrer Anfrage geprüft und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass wir auf der Grundlage der uns zur Verfügung stehenden Daten eine Beantwortung in diesem Detaillierungsgrad nicht liefern können. Unter Umständen wird Ihnen der Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften die gewünschten Angaben machen können. Ich bitte Sie, mit dem Fachbereich direkt Kontakt aufzunehmen.“

Daraufhin wandten wir uns direkt an die einzelnen geisteswissenschaftlichen Fachbereiche und ihre jeweiligen Institute mit der Bitte um folgende Informationen:

„Neben der Anzahl der Beschäftigten ist es wichtig, Informationen zum Lebenslauf zu bekommen, und zwar wo diese geboren sind, wo sie das Abitur, das Studium und die Promotion absolviert haben. Selbstverständlich nehmen wir Rücksicht auf die Daten-



schutzbestimmungen und garantieren die Wahrung der Anonymität. D.h. wir brauchen für unsere Arbeit nicht zwingend die Namen der Wissenschaftler.“

Aufgrund der angefragten Informationen über Ausbildung und Studium könnte man erfahren, zu welchen Migrantentypen die dort Beschäftigten mit Migrationshintergrund gehörten: Zur „Gastarbeitergeneration“ oder sind sie Angehörige der neuen „postmodernen“ Migrantentypen oder gehören sie vorwiegend zu den akademischen Mobilen?

Bei dieser Anfrage wurden wir allerdings mit einer Reihe von strukturellen und nicht-strukturellen Problemen und Einschränkungen konfrontiert: auf der einen Seite die fehlenden statistischen Daten auf universitärer Ebene, auf der anderen Seite das mangelnde Interesse und die fehlende Sensibilität seitens der Fachbereiche bezüglich der von der Studie aufgeworfenen Problematik. Außerdem muss hinzugefügt werden, dass der Zeitraum der Untersuchung mit den Semesterferien koinzidierte und später mit dem Semesterbeginn, der sowohl für die Verwaltung als auch für die Lehrenden mit großem organisatorischen und zeitlichen Aufwand verbunden ist (Vorbereitung und Planung der Seminare etc.).

#### Ergebnisse und ihre Analyse

Trotz unserer sehr präzisen Anfrage war der Rücklauf der Antworten zahlenmäßig sehr enttäuschend: Von der Humboldt-Universität zu Berlin bekamen wir fünf Antworten, von der Technischen Universität Berlin neun und von der Freien Universität Berlin dreizehn.

In drei der fünf Antworten der Humboldt-Universität zu Berlin wurden wir informiert, dass dort (Institut für Klassische Philologie, Institut für Philosophie und Institut für Erziehungswissenschaften) keine WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund beschäftigt sind. Bei einer Antwort (Institut für Romanistik) wurde, ohne weitere Informationen, auf die Internetseite des Instituts hingewiesen. Als einzige positive Antwort erhielten wir vom Institut für Europäische Ethnologie die Mitteilung, dass dort drei MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund beschäftigt sind und die angefragten Informationen unter Bewahrung der Anonymität zu Verfügung gestellt werden.

Zwei der neun Antworten der Technischen Universität Berlin enthielten eine negative Antwort bezüglich der Präsenz von WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund (Institut für Sprache und Kommunikation, Fachgebiet

Medienwissenschaft und Institut für Berufliche Bildung und Arbeitslehre). Sechs Institute (Institut für Erziehungswissenschaften, Institut für Wissenschafts- und Technikgeschichte, Institut für Philosophie, Institut für Kunstgeschichte, Fachgebiet Französische Philologie, Fachgebiet Geschichte) teilten mit, dass die angefragten Daten nicht zur Verfügung stünden. Die einzige positive Antwort kam aus dem Fachgebiet Anglistische und Allgemeine Linguistik: Dort ist ein Wissenschaftler mit Migrationshintergrund beschäftigt.

Acht Institute der Freien Universität Berlin (Arbeitsbereich Grundschulpädagogik, Seminar für Klassische Philologie, Peter Szondi-Institut für Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft, Institut für Deutsche und Niederländische Philologie, Institut für Altorientalistik, Institut für Englische Philologie, Arbeitsbereiche Philosophie der Erziehung sowie Schulpädagogik/Schulentwicklungsforschung, Arbeitsbereich Interkulturelle Erziehungswissenschaft, Arbeitsbereich Grundschulpädagogik) antworteten, dass keine Wissenschaftler mit Migrationshintergrund beschäftigt seien; die Institute für Geschichte (Friedrich-Meinecke Institut, Geschichte Osteuropas, Berliner Kolleg für Vergleichende Geschichte Europas) verwiesen auf ihre Internetseiten. Weitere vier Institute (Kunstgeschichtliches Institut, Institut für Soziologie, John F. Kennedy Institut für Nordamerikastudien, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie: Arbeitsbereich: Entrepreneurship) gaben uns sehr vage, kaum konkrete Antworten.

Drei Institute antworteten positiv: ein Wissenschaftler mit Migrationshintergrund bei den Altamerikanisten, einer bei Lateinamerikanistik und eine festangestellte Wissenschaftlerin am Institut für Islamwissenschaft, die gleichzeitig selbst eine konkrete und artikulierte Antwort gab:

„An unserem Institut haben wir einige Gastwissenschaftler und Lehrbeauftragte mit Migrationshintergrund, die allesamt keine Nachfolger der „Gastarbeitergeneration“ sind, sondern Angehörige der neuen „postmodernen“ Typen. Anders in meinem Fall, der einzigen Festanstellung mit Migrationshintergrund“ an unserem Institut.

Der Fachbereich Geschichts- und Kulturwissenschaften teilte uns mit:

„...leider haben wir die von Ihnen gewünschten Angaben zu den Wissenschaftler/inne/n mit Migrationshintergrund nicht in unseren Statistiken. Die Angaben zum Ort des Abiturs, des Studiums und der Promotion ließen sich nur durch intensive Recherche der Personalakten herausfinden, hierzu fehlt uns schlicht die Zeit. Einzig die Anzahl an ausländischen Wissenschaftler/inne/n bzw. Beschäftigten kann ich Ihnen anbieten. Die Beschäftigten mit Migrationshintergrund herauszufiltern gestaltet sich

auch dahingehend schwierig, als dass diese nicht zu den ausländischen Beschäftigten zählen, sondern zum Teil die deutsche Staatsbürgerschaft haben.“

*Abbildung 1: Überblick Internationalität im Jahr 2006*

Stand: 10.09.2007: FB Geschichts- und Kulturwissenschaften

AvH-Stipendiaten und -Preisträger

*Studierende*

Ausländische Studierende	703	
Anteil Ausländer an Studierenden		16 %
Bildungsausländer (Studierende)	534	
Anteil Bildungsausländer an Studierenden		12 %

*Absolventen*

Ausländische Absolventen	15	
Anteil Ausländer an Absolventen		6 %
Bildungsausländer (Absolventen)	7	
Anteil Bildungsausländer an Absolventen		3 %
Promotionen von Ausländern	9	
Anteil Ausländer an Promotionen		23 %
Habilitationen von Ausländern	0	
Anteil Ausländer an Habilitationen		0 %

*Beschäftigte*

Ausländische Professoren	3	
Anteil Ausländer an Professoren		6 %
Ausländische Wissenschaftler	18	
Anteil Ausländer an Wissenschaftlern		13 %
Ausländisches nichtwissenschaftliches Personal	8	
Anteil Ausländer an nichtwiss. Personal		11 %

Am Fachbereich Geschichts- und Kulturwissenschaften der Freien Universität Berlin sind drei der 53 ProfessorInnen Ausländer, das entspricht einer Quote von 6 %; unter den wissenschaftlichen MitarbeiterInnen haben sie eine Quote von 13 %.

Zunächst wurde festgestellt, dass der Begriff Migrationshintergrund, der aus Erhebungsgründen beim Mikrozensus 2005 zum ersten Mal verwendet wurde, noch keinen Eingang in die statistischen Definitionen der Universitäts-

ten gefunden hat, so dass eine quantitative Analyse des Forschungsgegenstandes de facto unmöglich ist. Der Begriff hat jedoch seit einigen Jahren in der breiten Öffentlichkeit, in den Medien, in der politischen Sprache und zum Teil auch in wissenschaftlichen Diskursen Einzug gehalten. Insbesondere in den Medien und in der Öffentlichkeit wurde und wird der Begriff in Zusammenhang mit der zweiten oder dritten Zuwanderergeneration verwendet, nicht selten um negative Aspekte (z.B. schulische Misserfolge, Devianz) dieser Gruppe zu erklären. Der Begriff Migrationshintergrund ist negativ besetzt und vorwiegend mit bestimmten Migrantengruppen verbunden: so zum Beispiel mit MigrantInnen aus den Anwerbeländern.

Das hat anscheinend dazu geführt, dass wir nur im Falle einer sehr aufmerksamen und „offenen“ Lektüre unserer Anfrage einige Antworten bekommen haben. In den meisten Fällen ist stattdessen davon auszugehen, dass einige Institute, in denen ausländische WissenschaftlerInnen, also solche mit Migrationshintergrund, aber nicht der zweiten oder dritten Generation zugehörig, tätig sind, sich von unserem Forschungsprojekt nicht angesprochen fühlten und deswegen keine Antwort gaben.

#### *Zweite Phase*

In der zweiten Phase wurden die Informationen, die auf den Internetseiten der drei Universitäten und der für uns in Frage kommenden Institute zu finden waren, gesammelt und analysiert, so z.B. die Curricula Vitae der WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund an den jeweiligen Instituten.

Diese Phase war mit positiven und negativen Aspekten verbunden. Während wir auf der einen Seite Zugang zu Daten hatten, die unsere untersuchte Gruppe betrafen, mussten wir auf der anderen Seite mit einer Reihe von Einschränkungen rechnen:

1. Der erste Zugangsindikator ist der Name, der jedoch ausländische WissenschaftlerInnen mit einem deutsch klingenden Namen ausschließen kann.
2. Die im Internet veröffentlichten Daten bzw. Curricula Vitae beziehen sich auf Personal wie ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen. Ausgeschlossen aus diesen Informationen sind jedoch die Lehrbeauftragten, die stark fluktuieren und nur in kurzfristigen Arbeits-

verhältnissen mit der Universität stehen. Man kann daher davon ausgehen, dass die Zahl der MitarbeiterInnen und WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund in diesem Segment höher ist.

3. Außerdem sind im Internet die Curricula Studiorum der Wissenschaftler zu finden. Das bedeutet, dass, wenn einerseits wichtige Informationen über die Bildungs- und Ausbildungswege angegeben werden, diese kaum etwas über die einzelnen Lebensereignisse bzw. Migrationsprozesse aussagen.
4. Und zuletzt muss auch in Betracht gezogen werden, dass einige Internetseiten möglicherweise nicht auf dem aktuellen Stand sind.

#### Ergebnisse und ihre Analyse

Aus unserer Untersuchung der Webseiten der Universitäten ergab sich, dass eine große Zahl der WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund als Lehrbeauftragte beschäftigt ist, und zwar besonders dort, wo bestimmte, spezifische sprachliche Kompetenzen gefragt sind, wie zum Beispiel in Byzantinistik, Turkologie, Skandinavistik, Japanologie, Iranistik, Afrikanistik usw.

Da aufgrund der oben angeführten Einschränkungen aus den Webseiten der Universitäten keine sicheren quantitativen Ergebnisse über die Präsenz von WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund zu entnehmen waren, werden wir die bei der Untersuchung gesammelten Zahlen hier nicht wiedergeben. Zur Orientierung kann man sagen, dass die meisten GeisteswissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund an der Freien Universität Berlin beschäftigt zu sein scheinen, gefolgt von der Humboldt-Universität zu Berlin und als letzter der Technischen Universität Berlin. Auch für sie gilt, dass sie häufig in Fachbereichen aktiv sind, die mit den „Sprachwissenschaften“ bzw. mit der Kultur des *Herkunftslandes* zu tun haben. Die dort verlangten sprachlichen und kulturellen Kompetenzen legitimieren die stärkere Präsenz von AkademikerInnen mit Migrationshintergrund. So gibt es unter ihnen eine hohe Zahl an GastprofessorInnen bzw. GastwissenschaftlerInnen, was auch für die Bedeutung der erwähnten akademischen Mobilität spricht.

Aus dem Vergleich der im Internet gewonnenen Informationen und Daten mit denen, die uns die Universitäten zusandten, ist interessant festzustellen, dass an einem Institut für Philosophie, wo angeblich kein Wissenschaftler mit Migrationshintergrund vorhanden war, zwei Professoren und zwei

Wissenschaftliche Mitarbeiter mit jeweils US-amerikanischer bzw. Schweizer Staatsangehörigkeit beschäftigt sind. Dies bestätigt die Annahme, dass der Begriff Migrationshintergrund unmittelbar mit der zweiten Migrantengeneration assoziiert wird. Das bedeutet, dass die medialische Verwendung des Begriffes sich auf Kosten des „wissenschaftlichen“ Terminus der Statistiken durchgesetzt hat.

Anhand der Analyse der Lebensläufe kann man feststellen, dass die Mehrheit der WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund im Ausland das Abitur gemacht und dort studiert hat, allerdings begleitet von Studienaufenthalt in Deutschland, wo einige von ihnen promoviert oder habilitiert wurden.

#### *Dritte Phase*

Die im Internet vorhandenen Curricula Studiorum erlauben uns – jedoch mit den oben erwähnten Einschränkungen – WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund zu identifizieren, aber sie sagen wenig aus über ihre soziale Herkunft und nichts über die Mechanismen oder die Schwierigkeiten eines Zugangs in die akademische Welt. In diesem Kontext wurde die dritte Phase der Untersuchung immer wichtiger.

In dieser Phase stellten wir aus den Curricula Studiorum eine repräsentative Auswahl von WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund (ProfessorInnen, Wissenschaftliche MitarbeiterInnen und Lehrbeauftragte) zusammen, die wir dann persönlich kontaktierten. Für jede Universität wählten wir aus jeder Beschäftigungsgruppe drei Probanden und versandten den Fragebogen insgesamt an 27 Personen. Der Fragebogen ist in vier Teile unterteilt:

1. Der erste Teil sammelt die persönlichen Daten wie Geburtsort und Nationalität.
2. Der zweite Teil dient dazu, das von den Eltern „ererbte“ kulturelle Kapital zu eruieren und mit der Frage zu verbinden, in welchem Verhältnis das soziale Milieu zur universitären Karriere steht.
3. Im dritten Teil wird nach den Curricula Studiorum gefragt, um einen Überblick über die internationale, akademische Mobilität zu gewinnen.
4. Der letzte und vierte Teil fragt nach den aktuellen Beschäftigungsverhältnissen: ob und inwieweit der *Migrationshintergrund* eine positive

oder negative Rolle beim Zugang in die deutsche akademische Welt spielte und wie die WissenschaftlerInnen ihre Zukunftsperspektive einschätzen.

#### Ergebnisse und ihre Analyse

Auf die 27 Briefe bekamen wir 14 Antworten, darunter drei mit einer negativen Antwort. Eine Wissenschaftlerin bestätigte unsere Vermutung, dass der Name nichts über die Herkunft aussagt:

„Ich habe [...] keinen oder zumindest unterdurchschnittlich wenig Migrationshintergrund. Einige meiner Vorfahren sind vor Jahrhunderten aus Italien nach Deutschland eingewandert, aber das war es dann schon.“

Bei zwei anderen Antworten zeigte sich, wie oben erwähnt, dass der Begriff Migrationshintergrund mit der ersten oder zweiten Generation oder mit einer Herkunft aus den Anwerbeländern verbunden ist.

„Leider muss ich Ihnen auf Ihre Anfrage hin bescheiden, dass ich aus prinzipiellen Gründen nicht bereit bin, an Ihrer Befragung teilzunehmen. [...] Ich kann Ihnen versichern, dass ich seit meiner Geburt in Deutschland Deutscher bin und dieses rein statistische Merkmal, wie es im Mikrozensus 2005 erstmalig zur Anwendung kommt, für mich persönlich ablehne.“

„Haben Sie besten Dank für Ihre Anfrage. Da an unserem Institut keine Wissenschaftler mit Migrationshintergrund arbeiten (die einzigen Ausländer sind Schweizer und US-Amerikaner), kann ich Ihnen leider nicht behilflich sein.“

Diese letzte Aussage wiederholt indirekt die Antwort, die wir von dem gleichen Institut bekommen hatten.

#### Herkunft, Milieus und Curricula Studiorum

Unter den elf Antworten befanden sich:

1. Zwei Professoren: ein Professor an der Humboldt-Universität zu Berlin und eine Juniorprofessorin an der Technischen Universität Berlin, beide aus westlichen Ländern, keinen Anwerbeländern.
2. Sechs Wissenschaftliche MitarbeiterInnen, darunter fünf an der Humboldt-Universität zu Berlin und einer an der Technischen Universität

Berlin; drei stammten aus Anwerbeländern, darunter einer der zweiten Generation, zwei aus Osteuropa und einer aus Asien.

3. Drei Lehrbeauftragte, darunter eine habilitierte Privatdozentin, zwei an der Freien Universität Berlin und einer an der Humboldt Universität zu Berlin; einer stammte aus einem Anwerbeland, je einer aus Nordeuropa bzw. Südamerika.

Von den elf WissenschaftlerInnen wurde nur einer in Deutschland geboren und gehört zur zweiten „Gastarbeitergeneration“; drei besitzen die deutsche Staatsangehörigkeit, davon sind zwei im Ausland geboren (Türkei und Bulgarien) und einer in Deutschland aus der zweiten „Gastarbeitergeneration“.

Zur zweiten „Gastarbeitergeneration“ gehören zwei Frauen. Beide sind in Deutschland zu Schule gegangen und haben hier das Abitur gemacht, sie haben hier studiert, promoviert und habilitiert. Die promovierte Wissenschaftlerin ist als Wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig, die Habilitierte als Privatdozentin. Unter den elf Wissenschaftlerinnen entspricht dies einem Anteil von 18 %, was die oben gezeigten geringeren Zahlen studierender Bildungsinländer bestätigt. Wie andere Analysen hervorgehoben haben, sind unter den Kindern aus dem „Gastarbeitermilieu“ gerade die Mädchen die Erfolgreichen.

Beide wurden während ihrer schulischen Laufbahn mit einem ihnen gegenüber selektiven und institutionell diskriminierenden System konfrontiert.

„Die habilitierte Privatdozentin kam nach der Grundschule 1973 nach Deutschland. Da sie kein Deutsch sprach, wurde sie gleich in die Hauptschule (sic!!!) geschickt. Obwohl sie von der Schule keine extra Förderung bekam, schaffte sie es in der 10. Klasse mit Fleiß und aufgrund ihrer Intelligenz und Willensstärke eine Empfehlung bzw. eine Qualifikation für das Gymnasium zu bekommen. Allerdings bezweifelte die Klassenlehrerin nach einem psychologischen Test in einem Gespräch mit dem Vater die Abiturchancen der Schülerin; sie meinte, seine Tochter würde das Gymnasium und das Abitur nicht schaffen, es sei besser, sie würde eine Lehre anfangen. Der Vater, der allerdings der Meinung war, in der Mitte Europas sei Bildung für das Vorwärtkommen insbesondere für Frauen wichtig, ließ sich nicht beeinflussen, konnte sich durchsetzen und ließ seine Tochter das Gymnasium besuchen.“



Von ähnlichen Erfahrungen berichtet uns die zweite Wissenschaftlerin:

„Hätte ich die Empfehlung meiner damaligen Lehrer beherzigt, hätte ich die Hauptschule besucht und anschließend, wenn ich Glück gehabt hätte, eine Lehre gemacht. Ich hatte also eine Hauptschulempfehlung bekommen, obwohl meine Noten nicht schlechter waren als die meiner deutschen KlassenkameradInnen, die mit den gleichen Noten eine Gymnasialempfehlung bekommen hatten. Ich konnte es noch durchsetzen, dass ich wenigstens die Realschule besuchen konnte. Ab der 10. Klasse beschloss ich dann, auch das Abitur zu machen. Auch hier musste ich mehrere Hürden überwinden. Ich werde nie den Gesichtsausdruck meiner Klassenlehrerin vergessen, die auf meine Entscheidung das Abitur zu machen, abfällig entgegnete: „G., du bist Türkin, es wäre besser, wenn du eine Lehre machst, die du auch in der Türkei ausüben kannst. Ich glaube nicht, dass man das noch kommentieren sollte“.

Sieben WissenschaftlerInnen stammen aus einem akademischen Milieu (darunter Professoren, Dozenten, Lehrer, Psychologen usw.) und vier aus einem nicht-akademischen Milieu: zwei eher aus der Mittelschicht und die beiden der zweiten Migrantengeneration aus Arbeiterfamilien.

Acht Wissenschaftlerinnen gehören zu den akademischen Mobilen (73 %) und geben als Motiv für ihre Zuwanderung und den Aufenthalt in Deutschland das Studium an. Nur eine Lehrbeauftragte gibt familiäre Gründe an als Motiv für die Zuwanderung. Sechs unter ihnen wurden in Deutschland promoviert, zwei im Ausland; zwei habilitierten in Deutschland und eine besitzt einen Master-Abschluss (Diplom).

## Herkunft, Zugangsmechanismen und Zukunftsperspektiven

Im vierten Teil der Befragung wollten wir die Zugangs- bzw. Hindernismechanismen für eine akademische Karriere erfahren, ob und wann der Migrationshintergrund eine Rolle spielt und wie die Befragten ihre Zukunftsperspektive einschätzten. Drei der Interviewten gaben uns negative Antworten, darunter eine Wissenschaftlerin aus Asien und die zwei Wissenschaftlerinnen der zweiten Generation.

„Ich finde meinen Herkunftshintergrund in meinem Fach bzw. meinem Forschungsgebiet sehr von Nachteil, weil ich mich mit europäischen Phänomenen beschäftige. Ich musste bisher immer wieder gegen das Vorurteil ankämpfen, dass gebürtige Europäer in allen Punkten besser Bescheid wüssten als ich mit außereuropäischer Herkunft. Negativ hat sich auch (insbesondere bei der Stellensuche) ausgewirkt, dass gewissermaßen selbstverständlich von mir erwartet wurde, dass ich als "Gastwissen-

schaftlerin" in mein Geburtsland zurückkehre. Aus diesem Grund fällt es mir schwer, mich Netzwerken im wissenschaftlichen Betrieb anzuschließen oder selbst Verbindungen zu knüpfen.“

„Ich sehe keine Chance auf Berufung auf einen Lehrstuhl, vor allem wegen fehlender Netzwerke (Universität, Forschung, Wissenschaft), keine traditionelle wissenschaftliche Laufbahn (d.h. zuerst WiMi, dann WiAssist., dann Professur! Ich bin als PD an der Uni und darüber hinaus seit mehreren Jahren im öffentlichen Dienst tätig und passe in diesen genannten traditionellen Rahmen nicht hinein, also ich habe einen atypischen wissenschaftlichen Werdegang), doppelte Benachteiligung als Frau und als ausländische Frau (Migrationshintergrund und interkulturelle Kompetenzen werden eher negativ assoziiert). Der Faktor Alter wird in Deutschland in den Hochschulen als Nachteil angesehen und nicht als Vorteil im Sinne von Erfahrung, Zuwachs von Kompetenzen und ausgeprägtem Motivationspotenzial für Lehre und Forschung. Zusammenfassend: erschwerte Zugangschancen, da die Verbindung zum Herkunftsland eher negativ konnotiert ist.“

„Schlecht, da sich eine andere Herkunft als eine „rein“ deutsche als hinderlich erweist, sofern nicht explizit Türkischkenntnisse und Kenntnisse über die Türkei für die Stelle erforderlich sind.“

Bei den positiven Aussagen spielt die Internationalität der Wissenschaftlerinnen und ihre Einbindung in internationale Netzwerke eine wichtige Rolle, so im Fall der aus einem westlichen Land stammenden Juniorprofessorin und der Wissenschaftlichen Mitarbeiterin aus Osteuropa. Weiter positiv wirken sich in bestimmten Forschungsbereichen ihre regionalen Kenntnisse oder Sprachkompetenzen aus.

„Bei mir war der Herkunftshintergrund von klarem Vorteil, weil meine Universität (wie viele in Deutschland) sich zum Zeitpunkt meiner Berufung gerne „internationalisieren“ wollte und ich Netzwerke mitbrachte, die keiner, der nur in Deutschland seine Karriere gemacht hat, mitgebracht hätte. Außerdem bin ich so etwas wie ein RARUM im deutschen Wissenschaftsbetrieb, es bringt mir generell mehr Aufmerksamkeit.“

„Eher Vorteil, wegen regionaler Kenntnisse und vorhandener Netzwerke. Allerdings dahinter steckt noch ein hohes Potential, dass noch nicht in seiner ganzen Kraft ausgespielt worden ist. Ein Hindernis für deutsche Universitäten wären nicht ganz perfekte Sprachfertigkeiten und insgesamt hohe Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt.“

„Meine aktuelle Arbeit beschäftigt sich u.a. mit der Türkei, daher waren meine Herkunft und meine Sprachkenntnisse von Vorteil.“

Neutrale Antworten kamen von zwei WissenschaftlerInnen, deren Beschäftigungsfeld nicht unbedingt mit ihrer Herkunft (kulturelle und sprachliche Kompetenzen) zu tun hat.

„Weder von Vorteil, *noch* von Nachteil. Ich komme aus Bulgarien, beschäftige mich aber mit skandinavischer Linguistik. In diesem Zusammenhang wirkt sich meine Herkunft weder fördernd noch hindernd aus.“

„Spielte keine Rolle, aber mein Fach wird an amerikanischen Universitäten öfters angeboten als in Deutschland.“

Wenn man schließlich nach den Chancen der WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund fragt, kann man beobachten, dass sie häufig in Disziplinen aktiv sind, in denen sie ihre mit ihrem Migrationshintergrund verbundenen kulturellen, sprachlichen und sozialen Kompetenzen einsetzen können. WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund scheinen im deutschen universitären System dort eine Chance zu haben, wo keine „deutschen“ Wissenschaftler einsetzbar sind, da diese nicht die entsprechenden kulturellen, sozialen und sprachlichen Kompetenzen einbringen können.

Diese Annahme wird durch die beiden habilitierten WissenschaftlerInnen bestätigt. Außerhalb von Fächern, die mit den ihnen zugeschriebenen Kompetenzen kongruent sind, ist es schwierig, eine Stelle zu bekommen und wenn, dann in Disziplinen, die eine Nische darstellen: so im Falle des Professors aus den USA, dessen Fach an amerikanischen Universitäten eine lange Tradition hat. Im Gegensatz dazu konkurriert die habilitierte Politikwissenschaftlerin aus der zweiten „Gastarbeitergeneration“, die sich auf internationale Politik spezialisiert hat, mit einer Reihe deutscher Kollegen.

## Einige Thesen

### *Migrationshintergrund und Exklusion*

Bei unserer Befragung stellte sich heraus, dass über den Begriff Migrationshintergrund nicht nur eine ziemliche „Konfusion“ herrscht. Migrationshintergrund ist auch kein neutraler Begriff, sondern besitzt einen symbolischen Wert und ist von vornherein mit Vorurteilen belastet. Migrationshintergrund ist in der Öffentlichkeit negativ besetzt und damit werden bestimmte Migran-

tengruppen, vorwiegend aus den Anwerbeländern, konnotiert und stigmatisiert.

#### *Milieus, Habitus und Exklusion*

Neben einer de facto Exklusion (so z.B. die „niedrigen“ Schulabschlüsse) ist die zweite oder dritte Migrantengeneration auch mit einer symbolischen Exklusion konfrontiert (*Migrationshintergrund und interkulturelle Kompetenzen werden eher negativ assoziiert*), die auch im universitären Bereich stattfindet. Die sozialen Auseinandersetzungen verlagern sich dann in den Raum der symbolischen Auseinandersetzung, wo der Habitus bzw. das Herkunftsmilieu an Bedeutung zunimmt und eine „Nichtanerkennung“ stattfindet.

Diese symbolische Exklusion findet selten gegenüber WissenschaftlerInnen mit Migrationshintergrund statt, die mit entsprechenden Kompetenzen aus der Heimat kommen (das gleiche gilt für Studierende). Bei diesen geht man davon aus, dass sie, gleich aus welchem Milieu sie stammen – in vielen Ländern ist die Anzahl von AkademikerInnen aus dem Arbeitermilieu höher als in Deutschland –, den passenden Habitus besitzen, um sich im universitären Milieu zu bewegen. Ihre aus dem Ausland eingebrachten Kompetenzen werden so anerkannt und aufgewertet.

#### *Kultur, Kompetenzen und Mobilität*

Internationalisierungsprozesse und neue Formen der Mobilität sollten den hier geborenen Personen mit Migrationshintergrund mehr Chancen eröffnen. Das kann allerdings nur erreicht werden, wenn die deutsche Schule allen die gleichen Bildungschancen bietet und die kulturellen Kompetenzen der Schüler mit Migrationshintergrund aufwertet. Denn sie sind häufig Träger von Kulturen, die nicht anerkannt werden, so dass die Gefahr besteht, dass spezifische Kompetenzen im Laufe der Schullaufbahn verloren gehen. Darüber hinaus stellen sie ein *Humankapital* dar, das, wenn es die entsprechende Förderung erlebt, einen Gewinn für die gesamte Gesellschaft bedeuten würde.

## Literatur

- Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration* (Hg.), 2005a: 6. Bericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland. August 2005, Berlin.
- Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration* (Hg.), 2005b: Daten – Fakten – Trends. Bildung und Ausbildung. Stand 2004, Berlin, in Zusammenarbeit mit dem efms – Europäisches Forum für Migrationsstudien. Oktober 2005, Bamberg.
- Bourdieu, Pierre*, 1983: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. S. 183-198. In: Reinhard Kreckel (Hg.), Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband 2. Göttingen.
- Bourdieu, Pierre*, 2001: Wie die Kultur zum Bauern kommt. Über Bildung, Schule und Politik. Hamburg: VSA.
- Eder, Klaus*, 1998: Warum ist Migration ein soziales Phänomen? Von einer politischen Ökonomie zu einer politischen Soziologie der Migration In: M. Bommers und J. Halfmann (Hg.), Migration in nationalen Wohlfahrtsstaaten. IMIS-Schriften 6. Osnabrück.
- Eder, Klaus, Rauer, Valentin und Oliver Schmidtke* unter Mitarbeit von *E. Pichler, C. Dereje und I. Naumann*, 2004: Die Einhegung des Anderen. Türkische, polnische und russlanddeutsche Einwanderer in Deutschland. Wiesbaden.
- Gomolla, Mechthild und Frank Olaf Radtke*, 1999: Institutionelle Diskriminierung. Die Herstellung ethnischer Differenzen in der Schule. Opladen.
- Luhmann, Niklas*, 1994: Inklusion und Exklusion. S. 14-45. In: H. Berding, (Hg.), Nationales Bewusstsein und kollektive Identität. Frankfurt a.M.
- Pichler, Edith*, 2006: Zwischen Inklusion und Exklusion: Einige Aspekte der italienischen Community in Deutschland. S. 41-55. In: *Maurizio Libbi, Nina Bergmann und Vincenzo Califano* (Hg.), Berufliche Integration und plurale Gesellschaft. Köln.
- Pichler, Edith*, 2006: Fra inclusione ed esclusione la comunità italiana in Germania/Inklusion und Exklusion. Die italienische Community in Deutschland. In: Ambasciata di Italia a Berlino, Humboldt Universität zu Berlin-Institut für Romanistik *Kattenbusch, Ugolini* (Hg.), I ragazzi italiani nel sistema scolastico tedesco: problemi e prospettive-Italienische Jugendliche im deutschen Schulsystem: Probleme und Perspektive. Atti del Congresso Berlino 9-11 Settembre 2004, Regensburg: 279-294.
- Prontera, Grazia*, 2007: L'esperienza migratoria dei lavoratori italiani nella Repubblica Federale Tedesca del secondo dopoguerra. Tesi di dottorato/Doktorarbeit, Università degli Studi di Teramo, Humboldt-Universität zu Berlin.
- Statistisches Bundesamt*, 2007: Bevölkerung und Erwerbstätigkeit Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2005. Wiesbaden.
- Stichweh, Rudolf*, 2000: Die Weltgesellschaft. Soziologische Analyse. Frankfurt a.M.

## Verzeichnis der AutorInnen

*Gunhild Berg*, Dr., geb. 1974, Promotion mit einer dachhuitiémistischen Dissertation am Germanistischen Institut der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (2005), Wiss. Mitarbeiterin am Interdisziplinären Zentrum für die Erforschung der Europäischen Aufklärung, Halle (2001-2003), Research Fellow am Department of German der University of Wisconsin-Madison, USA (2005-2006), seit 2007 am Zentrum für Literatur- und Kulturforschung, Berlin.

*Patricia Eilsberger*, Dipl. Soz., geb. 1980, studierte Soziologie an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main. Seit 2007 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsdatenzentrum des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in der Betreuung von empirischen Projekten externer WissenschaftlerInnen. Ihre Forschungsschwerpunkte sind die Bereiche Gender und Arbeitsmarkt, insbesondere die Gründungs- und Selbständigenforschung. Ein weiterer Forschungsgegenstand bezieht sich auf Datenmatchingverfahren.

*Denis Huschka*, M.A. (Soziologie, Politikwissenschaften), geb. 1975, ist seit 2007 Geschäftsführer des Rates für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (RatSWD). Er ist zudem Permanent Visiting Fellow des Sozio-oekonomischen Panel (SOEP) am DIW in Berlin (seit 2004) und Research Associate des Institute of Social and Economic Research an der Rhodes University Grahamstown/Südafrika (seit 2006). Als wissenschaftlicher Mitarbeiter war er am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und am Institut für Soziologie der Freien Universität Berlin tätig. Seine Forschungsinteressen liegen u.a. in den Bereichen Sozialer Wandel, Individualisierungsforschung und Lebensqualitätsforschung.

*Sonja Kastner*, Dr., geb. 1972, ist Kommunikationsberaterin und Texterin für Unternehmen und Institutionen. Nach dem Studium der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin war sie bei einem großen Internetdienstleister im Bereich Content Development für glo-

bale Marken tätig. Sie ist Lehrbeauftragte an der Universität der Künste Berlin und der University of Management and Communications Potsdam.

*Manske, Alexandra*, Dr. phil, geb. 1969, Soziologin und Politikwissenschaftlerin, bis Oktober 2008 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am FG Politikwissenschaft der Technischen Universität Berlin, Forschungsaufenthalte an der Columbia University, New York City, USA (2001-02) und Copenhagen Business School (2008). Arbeitsschwerpunkte: Wandel der Arbeitsgesellschaft und ihrer Ungleichheitskonfigurationen, Wohlfahrtsstaatsforschung: Arbeitsmarkt und Sozialpolitik, Geschlechterforschung.

*Janet Merkel*, Dipl. Soz., geb. 1978, ist Doktorandin am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) in der Forschungsabteilung „Kulturelle Quellen der Neuheit“. Ihr Dissertationsprojekt beschäftigt sich mit „Rolle, Wirkung und Formen privat-öffentlicher Kooperationen in der Stadtentwicklung zur Förderung der Kreativwirtschaft“. Sie hat ihr Diplom in Sozialwissenschaften an der Humboldt Universität zu Berlin mit dem Schwerpunkt Stadtsoziologie abgelegt.

*Edith Pichler*, Dr., geb. 1960 in Trentino-Südtirol, seit 1997 am Institut für Sozialwissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin. 2004/05 war sie „Visiting Professor“ am Institut für Soziologie der Universität La Sapienza Rom. Seit 2006 ist sie verantwortlich für die Fallstudie Italiener in Deutschland im EU-Projekt „Sustainable Development in a Diverse World“. Forschungsschwerpunkte: Migration, Ethnizität, Regionalismus, Institutionen und Politik Italiens, Erinnerungskulturen in Europa.

*Grazia Prontera*, Dr., geb. 1976 in Neapel, Promotion 2007 an der Humboldt-Universität zu Berlin und der Università degli studi di Teramo, Italien; seit Oktober 2007 ist sie Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Europäische Zeitgeschichte an der Universität Salzburg. Forschungsschwerpunkte: Migrationsgeschichte, Europäische Zeitgeschichte, Geschichte Italiens im 20. Jahrhundert.

*Heike Solga*, Prof. Dr. phil., geb. 1964, ist Direktorin der Abteilung „Ausbildung und Arbeitsmarkt“ am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) sowie Direktorin des Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituts Göttingen (SOFI). Zuvor war sie u.a. Professorin in Göttingen und Leipzig sowie Nachwuchsgruppenleiterin am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, Berlin. Sie hatte Gastprofessuren an der ETH Zürich sowie der Yale University. Solga ist Herausgeberin der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (KZfSS), Vorsitzende des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten (RatSWD), Mitglied des Senatsausschusses und des Bewilligungsausschusses für Graduiertenkollegs der DFG, Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) sowie Mitglied des Statistischen Beirats des Statistischen Bundesamtes Deutschland. Ihre Forschungsinteressen liegen in den Bereichen der Analyse von Ausbildungs- und Erwerbsbiographien im historischen und internationalen Vergleich. Wichtige Themen sind die kumulativen Prozesse sozialer Ungleichheit im Lebensverlauf und die dadurch verursachte Verfestigung ungleicher Erwerbschancen und ebenso die Verflechtung von Lebensverläufen und Erwerbsbiographien in Partnerschaften und Familien.

*Christina Vaih-Baur*, Prof. Dr., geb. 1970, war nach dem Studium der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin in der Unternehmenskommunikation eines internationalen Konzerns sowie bei einer führenden global agierenden Kommunikationsagentur tätig. Im Anschluss daran forschte sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität der Künste Berlin. Sie berät Unternehmen in den Bereichen Markenkommunikation und Public Relations, ist Lehrbeauftragte an der Hochschule der Medien in Stuttgart und Professorin für PR und Kommunikation an der Macromedia Fachhochschule der Medien in Stuttgart.

*Gert G. Wagner*, Prof. Dr. rer. oec., geb. 1953, ist Lehrstuhlinhaber für Empirische Wirtschaftsforschung und Wirtschaftspolitik an der Technischen Universität Berlin sowie am DIW Berlin Leiter der Längsschnittstudie SOEP; ab September 2009 ist er zudem Max Planck Fellow am MPI für Bildungsforschung in Berlin. Im akademischen Jahr 2008/2009 lehrt er als Fellow am Max Weber Kolleg für kultur- und sozialwissenschaftliche Studien an der



Universität Erfurt. Er war zuvor Professor an der Ruhr-Universität Bochum und an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder). Wagner ist u.a. Vorsitzender der Zensuskommission der Bundesregierung, Mitglied des Statistischen Beirats und Gründungsmitglied des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten, dessen Vorsitzender er von 2004 bis 2008 war. Wagner war außerdem 2002 bis 2008 Mitglied des Wissenschaftsrats. Auf internationaler Ebene ist er Mitglied der „Working Group on Social Sciences and Humanities“ des European Strategy Forum for Research Infrastructures (ESFRI), des Gründungsausschusses für ein International Data Forum (IDF) sowie des Research Resources Board des britischen Economic and Social Research Councils (ESRC). Im Jahr 2007 hat ihm der Bundespräsident das Verdienstkreuz am Bande verliehen. Wagners Forschungsinteressen liegen gegenwärtig in den Bereichen „Survey Methoden“ sowie verhaltenswissenschaftliche Analysen sozialer und ökonomischer Prozesse.

*Carsten Zorn*, Dr. phil., Diplom-Politikwissenschaftler, geb. 1970. Studium in Marburg und Berlin: Politische Philosophie, Staatsrecht, Soziologische Theorie, Kunsttheorie, Medien- und Literaturwissenschaft. 1999-2002 Promotions-Stipendiat des DFG-Graduiertenkollegs „Repräsentation – Rhetorik – Wissen. Grundlagen der Kulturwissenschaften“, Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder). 2001 Visiting Fellow am „Poetics and Theory Program“ der Faculty of Arts and Science der New York University. 2003 Promotion an der kulturwissenschaftlichen Fakultät der Viadrina, mit einer Arbeit zum medientheoretischen ‚bias‘ von Niklas Luhmanns Gesellschaftstheorie. 2004-2006 Stipendiat, Postdoktorand und Koordinator des DFG-Graduiertenkollegs „Kulturhermeneutik“, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Zur Zeit wissenschaftlicher Mitarbeiter am SFB/FK 427 „Medien und kulturelle Kommunikation“, Universität zu Köln (Teilprojekt B7, „Mediale Latenz und politische Form“). Seit 2000 auch freier Kritiker und Publizist. Forschungsschwerpunkte: Theorien der modernen Gesellschaft; Medientheorie und -philosophie; Funktionen und Folgen Populärer Kultur in der modernen Gesellschaft; Themen, Genres und Metaphoriken moderner Zeitdiagnose.